

**ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR
TRADISIONAL GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN
PEDAGANG KECIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

**(Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung
Tengah)**



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapatkan Gelar SI di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh :

INDAH SUPERTI

1351010091

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

2017

ABSTRAK

Salah satu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. pasar akan maju apabila pengelolaannya berjalan dengan baik, namun sebaliknya jika pengelolaan tidak berjalan dengan baik maka akan mengakibatkan kerugian, baik dalam pasar tersebut ataupun bagi mitra kerjanya. Pasar Simpang Agung merupakan pasar yang cukup besar, namun dari riset yang dilakukan sebelumnya menunjukkan pengelolaan di pasar tradisional Simpang Agung tergolong kurang baik. Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan di Pasar Simpang Agung dan apakah manajemen pengelolaan tersebut memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang kecil, serta mengemukakan pandangan Ekonomi Islam mengenai manajemen pengelolaan Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah.

Dalam penelitian ini tentunya memerlukan populasi dan sampel, populasi yang digunakan sebanyak 303 orang yang memiliki kaitannya dengan penelitian ini, serta sampelnya dipilih berdasarkan metode persentase, dengan taraf persentase sebesar 20% sehingga sampelnya sebanyak 23 orang yaitu 3 dari aparaturnya Desa, 20 dari pedagang pasar Simpang Agung. Selain populasi dan sampel dalam penelitian ini juga memerlukan data-data yang valid, pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara data-data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode analisis kualitatif.

Dari analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Simpang Agung tergolong kurang baik jika dilihat dari aspek penyediaan infrastruktur, perbaikan sarana dan prasarana. Pengelolaan yang kurang baik menimbulkan pengaruh terhadap pendapatan pedagang kecil dalam hal yang negatif, serta dalam pandangan Ekonomi Islam manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung belum sejalan dengan anjuran Ekonomi Islam dikarenakan didalamnya belum memiliki sifat dan prinsip-prinsip ekonomi Islam, antara lain prinsip kejujuran, persaingan yang sehat, dan keterbukaan. Apa yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci : Manajemen Pengelolaan, Pasar Tradisional, Pendapatan



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR
TRADISIONAL GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN
PEDAGANG KECIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang
Agung, Lampung Tengah)**

Nama : **Indah Superti**
NPM : **1351010091**
Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I
NIP. 198008012003121001

Okta Supriyaningsih, M.E.Sy
NIP.

MENGETAHUI
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 1975042002121001



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KECIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah), disusun oleh: Indah Superti, NPM: 1351010091, Program Studi: Ekonomi Syari'ah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Senin / 16 Oktober 2017

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua : A. Zuliansyah, MM

(.....)

Sekretaris : Yulistia Devi, M.S.Ak

(.....)

Penguji I : Dr. Heni Noviarita, M.Si

(.....)

Penguji II : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

(.....)

DEKAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Moh. Bahrudin., M.A

NIP. 195805241989031003

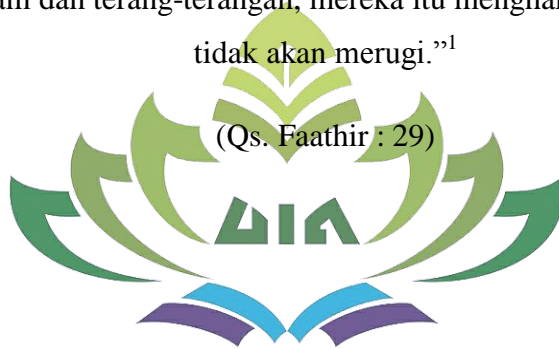
MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا

وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تَجَرَّةً لَّنْ تَبُورَ ۖ

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.”¹

(Qs. Faathir : 29)

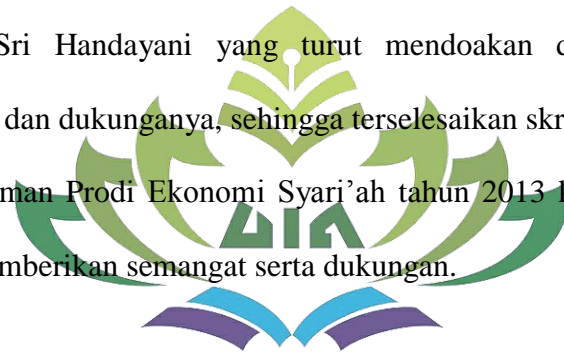


¹ Imam Ghazali, dkk, *Almumayyaz, Al-Qur'an Tajwid Warna Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*, (Jawa Barat : Cipta Bagus Segara, 2014), h. 437

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku kepada Papah Pramono dan Mamah Purwati yang telah tulus dan ikhlas membesarkan, membiayai serta mendoakan setelah aku menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung. Senyum dan bangga kalian menjadi tujuan hidupku. Semoga Allah SWT memuliakan kalian berdua baik di dunia maupun di akhirat.
2. Adikku Sri Handayani yang turut mendoakan dan selalu memberikan semangat dan dukunganya, sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman Prodi Ekonomi Syari'ah tahun 2013 khususnya kelas A yang selalu memberikan semangat serta dukungan.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Indah Superti. Lahir di Desa Simpang Agung, Kecamatan Seputih Agung, Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 10 Januari 1996. Penulis terlahir dari 2 bersaudara, pasangan Pramono dan Purwati.

Jenjang pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. TK PKK Simpang Agung 1999-2001;
2. Sekolah Dasar Negeri 2 Simpang Agung 2001-2006;
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Seputih Agung 2007-2010;
4. Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Seputih Agung 2011-2013;
5. Pada tahun 2013 penulis menjadi mahasiswi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari'ah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT penulis haturkan, karena dengan karunia dan anugrah-Nya skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah” dapat diselesaikan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita pada zaman yang penuh dengan cahaya Islam.

Penulis menyadari bahwa penulis tidak akan sanggup menyelesaikan skripsi ini tanpa ada dorongan, bantuan dan kerjasama dari pihak-pihak yang berperan dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada pihak yang terhormat :

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag selaku rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
3. Madnasir S.E., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari’ah yang senantiasa memberikan nasihat.
4. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku pembimbing I dan Okta Supriyaningsih, M.E.Sy selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan nasihat dan arahan kepada penulis.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang mendidik dan memberi ilmu pengetahuan.

6. Staf dan karyawan UIN Raden Intan Lampung yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis.
7. Teman-teman angkatan 2013 prodi Ekonomi Syari'ah yang selalu memberikan semangat agar penulis dapat segera menyelesaikan karya tulis ini.
8. Kepada Lurah Simpang Agung Bapak Pramono beserta staf pegawai yang bersedia member izin penelitian dan pengumpulan data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Kepada Bapak Suyantak selaku Kepala Pasar beserta staf, dan para pedagang Pasar Simpang Agung, yang telah bersedia membantu memberikan informasi dalam rangka terselesaikannya skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat senasib dan seperjuangan, Dwi Puspita Sari, Iga Serlia (Alm), Yuni Astuti, Umi Fadilah, Indah Ayuningtias, Ida Asriyana, Ulta Abriasih, Novitri Eka Yunita, Harry Azhar, Diah Selviana Putri dan seluruh sahabat angkatan 2013 terkhusus kelas A yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Sungguh mahal dukungan, semangat, dan motivasi yang telah kalian berikan, semoga apa yang mereka lakukan selalu mendapatkan rahmat dan hidayah dari Allah SWT. Amin
11. Sahabat-sahabat yang selalu menemani dari awal masuk kuliah hingga saat ini, Dhiny Febri Ramadhony, Mutiara Putri Ramadhan, Ega Fitriani, Windar Wati, Artaty yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.
12. Sahabat-sahabat TWEPI yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

13. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat cantumkan namanya namun penulis mengucapkan terimakasih.

14. Almamater kutercinta UIN Raden Intan Lampung

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, amin.



Bandar Lampung, September 2017

Penulis

Indah Superti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	4
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
F. Penelitian terdahulu	14
G. Metode Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen.....	24
1. Pengertian Manajemen.....	24
2. ManajemenPengelolaan	26
3. Prinsip-Prinsip Manajemen Pengelolaan	27
4. Manajemen pasar tradisional.....	30
B. Konsep Pedagang Kecil	33
1. Pengertian Pedagang Kecil.....	33
2. Indikator pedagang kecil	33

C. Konsep Pendapatan Pedagang Kecil	36
1. Pengertian Pendapatan	37
2. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kecil.....	38
3. Pendapatan dalam Pespektif Ekonomi Islam	43
D. Konsep Pasar	45
1. Pengertian Pasar	45
2. Jenis-Jenis Pasar.....	47
3. Ciri-Ciri Pasar Tradisional	52
4. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Tradisonal	53
E. Pasar dalam ekonomi islam.....	56
1. Peran Pemerintah dalam Pasar	57
2. Mekanisme Pasar dalam Islam.....	59
3. Jual beli dalam Pasar Islam	64
4. Manajemen dalam Islam	67

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
1. Sejarah Singkat Berdirinya Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah	70
2. Struktur Kepengurusan Pasar Simpang Agung.....	71
3. Sarana dan prasarana Pasar Simpang Agung	72
4. Jumlas Los Yang Disewakan dan Harga Pertahun	73
B. Sejarah Desa Simpang Agung.....	74
C. Hasil wawancara tentang manajemen pasar.....	74
a. Wawancara dengan Kepala Desa.....	75
b. Wawancara dengan Sekertaris Desa	75
c. Wawancara dengan Kepala Pasar	76
d. Wawancara dengan para Pedagang	76

BAB IV ANALISIS DATA

A. Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional di Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah	80
B. Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Simpang Agung, Lampung Tengah.....	88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran-Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Los Yang Disewakan.....	11
Tabel 3.2 Sarana Dan Prasarana Pasar Simpang Agung.....	72
Tabel 3.3. Jumlah Los Yang Disewakan dan Harga Tahun.....	73
Tabel 4.1 Pendapatan Pedagang.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Kepengurusan Pasar Tradisional Simpang Agung.....	71
Dokumentasi Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah Pada Senin, 7 Agustus 2017	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam proposal judul ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun judul skripsi ini adalah Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah). Adapun istilah istilah tersebut adalah:

1. Analisis

Analisis adalah proses dimana penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antara bagian itu untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.¹

2. Manajemen (Pengelolaan)

Manajemen pengelolaan adalah hal yang dilakukan oleh para manajer. Manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat

¹Eko Nugroho, *Dibalik Sejarah Perekonomian Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 65.

diselesaikan secara efisien dan efektif. Fungsi-fungsi manajemen antara lain perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actating*), pengendalian (*controlling*).² Berdasarkan manajemen pengelolaan, pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.³

3. Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.⁴ Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun oleh pihak pemerintah, swasta, koperasi, dan swadaya masyarakat. Tempat usahanya dapat berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang menyediakan barang-barang konsumsi sehari-hari masyarakat. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dan koperasi. Proses penjualan dan pembelian dilakukan dengan tawar-menawar. Para pengelolaannya bermodal kecil.

4. Pendapatan

Menurut Winardi pengertian pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun

²Muhammad Yusuf, *Analisis Pengaruh Pengelolaan Pasar Tradisional terhadap Pembangunan Daerah dalam Perspektif Ekonomi Islam* (IAIN Raden Intan Lampung, 2016), h. 40

³Stephen, Mary Colter, *Manajemen* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h. 7.

⁴Fahri Hamzah, *Negara, Pasar Dan Rakyat* (Jakarta: Yayasan Faham Indonesia, 2010), h.

dari hasil sendiri yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu.⁵

5. Pedagang kecil

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.⁶

Pedagang Kecil adalah orang yang dengan modal yang relatif sedikit melaksanakan aktifitas produksi dalam arti luas (produksi barang, menjual barang dan menyelenggarakan jasa) untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu dalam masyarakat usaha yang mana dilaksanakan ditempat-tempat yang dianggap strategis dan ekonomis dalam suasana lingkungan yang informal.”

6. Ekonomi Islam

Dawam Raharjdo melihat ekonomi Islam dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. Kedua, yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem. Sistem menyangkut pengaturan yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau negara berdasarkan suatu cara

⁵Winardi, *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Cetakan Ketujuh (Bandung: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 130.

⁶Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 171.

atau metode tertentu. Sedangkan pilihan ketiga adalah ekonomi Islam dalam pengertian umat Islam.⁷

Berdasarkan pengertian di atas dapat di pahami bahwa maksud dari judul skripsi ini adalah penulis ingin mengetahui manajemen pengelolaan pasar tradisional guna meningkatkan pendapatan pedagang kecil dalam perspektif ekonomi Islam.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Peneliti tertarik dengan permasalahan ini dikarenakan munculnya pedagang-pedagang baru di luar pasar dengan barang dagangan yang sama dengan di dalam pasar, membuat pembeli enggan masuk ke dalam pasar karena mereka bisa mendapatkan barang di luar pasar dengan kualitas dan harga yang lebih kurang sama. Keadaan semacam ini menimbulkan masalah baru bagi pengelola pasar (Dinas Pasar Desa Simpang Agung), karena pasar tumpah ke badan-badan jalan menimbulkan berkurangnya pendapatan para pedagang yang berlokasi didalam pasar, dan kesemrawutan di jalan-jalan dekat pasar. dengan adanya manajemen pengelolaan dimaksudkan agar terciptanya pasar yang dapat mensejahterakan pedagangnya tanpa ada kecurangan-kecurangan didalamnya.

⁷Sumar'in, *Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 9.

2. Secara Subjektif

Karena pokok bahasan skripsi ini relevan dengan spesialisasi keilmuan penulis pelajari di Jurusan Ekonomi Islam serta didukung oleh tersedianya literatur baik primer maupun sekunder dan data-data penelitian yang menunjang dalam penelitian ini, serta adanya motivasi dan tersedianya bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini yang ada di perpustakaan, sehingga dengan mudah skripsi ini dapat terselesaikan.

C. Latar Belakang Masalah

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya.⁸

Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Kedua subyek tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang yang ada di pasar.⁹ Hal ini didasari atau didorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang awalnya hanya bersumber pada problem untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan pokok). Manusia sebagai makhluk sosial dalam perkembangannya juga menghadapi kebutuhan sosial untuk mencapai kepuasan atas kekuasaan, kekayaan dan martabat.

⁸Philip Kotler & A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), buku 1, h. 11.

⁹Nur Faeni Ulyati, *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015), h. 15.

Agar pasar dapat berperan secara normal (alamiah) dan terjamin keberlangsungannya, di mana struktur dan mekanismenya dapat terhindar dari perilaku-perilaku negatif para pelaku pasar, maka ajaran Islam menawarkan satu paket aturan moral berbasis hukum syariah yang melindungi setiap kepentingan pelaku pasar. Bahkan dalam al-Qur'an disebutkan dengan jelas dalam surah Al-Baqarah': 168.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : *"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".*

Di dalam Islam, diharamkan sebagian mendzolimi sebagian yang lain. Salah satu asas yang mendasari perekonomian Islam adalah asas saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain. Meskipun di dalam Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha namun dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat.

Dalam sistem ekonomi, pasar mempunyai fungsi-fungsinya sendiri, yang mana dalam fungsi tersebut bertujuan untuk memuaskan perekonomian pasar, dalam Islam fungsi pasar bertujuan agar dapat mencapai kejayaan di dunia dan di

akhirat. Semua fungsi tersebut haruslah meyakinkan setiap orang bahwa pasar dapat memecahkan berbagai masalah.¹⁰ Jadi dalam hal ini beberapa ekonom percaya bahwa ekonomi dalam pasar bekerja dengan efisien dan mereka juga percaya bahwa pasar dapat melaksanakan fungsinya dengan memuaskan, tetapi terkadang pasar juga masih membutuhkan adanya campur tangan pemerintah dalam mekanisme pasar, karena dengan adanya campur tangan pemerintah maka kesejahteraan masyarakat akan terpenuhi.¹¹

Agar pasar berjalan dengan seimbang maka diperlukan sebuah manajemen pengelolaan didalamnya. Manajemen pengelolaan dimaksudkan agar terciptanya pasar yang dapat mensejahterakan pedagang-pedagang tanpa ada kecurangan-kecurangan didalamnya.¹² Pasar tradisional yang berjalan sendiri tanpa ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan banyak permasalahan.

Manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif. Fungsi-fungsi manajemen antara lain perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actating*), pengendalian (*controlling*).¹³

¹⁰ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Publik* (Padang: Akademi Permata, 2013), h. 102

¹¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) Edisi Ketiga, h.

¹² Ain Rahmi, *Mekanisme Pasar Dalam Islam* (Pontianak: IAIN Pontianak, 2015), h. 182.

¹³ Edwin B. Flippo. *Loc. cit*

Berdasarkan manajemen pengelolaan, pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.¹⁴ Pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skala kecil, menengah, dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Keberadaan pasar khususnya pasar tradisional, merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah.¹⁵ Kegiatan pasar tradisional digambarkan dengan kesibukan yang padat dengan kegiatan tawar menawar di sana-sini. Kegiatan tawar-menawar yang ramai ini menjadi salah satu ciri khas pasar tradisional.

Adapun permasalahan terkait pengelolaan pasar tradisional antara lain : (1) permasalahan dan citra negatif pasar tradisional umumnya terjadi akibat kurang disiplinnya pedagang, pengelola pasar yang tidak profesional, dan tidak tegas dalam menerapkan kebijakan atau aturan terkait pengelolaan operasional pasar, (2) masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, menjamurnya para pedagang kaki lima yang

¹⁴Stephen P. Robbins, Mary Colter. *Loc. cit*

¹⁵Nahdliyyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2011), h. 40.

mengurangi pendapatan pedagang, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Pengelolaan pasar yang baik dan profesional diharapkan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional, meningkatkan keuntungan serta dapat menjamin kelangsungan dari pasar itu sendiri.¹⁶

Pasar tradisional yang ditemui sekarang pada umumnya dapat hidup berdampingan dengan perdagangan yang dikelola dengan lebih modern, seperti kios dan toko. Adapun susunannya biasanya di tengah pasar terdiri dari los yang memanjang tempat pedagang meletakkan dagangannya. Di antara los terdapat gang tempat orang-orang berjalan melihat-lihat dan mencari berbagai barang-barang kebutuhan yang diinginkan. Biasanya sisi tepinya juga dipenuhi oleh para pedagang yang menggelar dagangannya di atas tampah yang ditaruh di atas tenggok (bakul), sehingga jumlah dan jenis dagangannya relatif sedikit (misalnya penjual tahu, tempe, bandeng, telur asin dan sayur-mayur). Sedangkan mereka yang mampu menyewa los mempunyai jumlah dagangan lebih banyak. Sebagai pembatas sekaligus pagar pasar dengan luar pasar, dibangun kios-kios mengitari pasar, yang dikelola secara lebih modern dan umumnya mereka datang belakangan.¹⁷

¹⁶Much. Nashiruddin, *Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo* (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012), h. 20.

¹⁷Yusuf Pratama, *Penerapan Manajemen Resiko Penggunaan Ruko Terhadap Dampak Revitalisasi (Pembangunan) Pasar Tradisional Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, IAIN Raden Intan Lampung: 2016) h.70

Fasilitas perdagangan di Kecamatan Seputih Agung relatif lengkap diantaranya terdapat pasar, minimarket dan toko/warung. Dari 10 desa yang ada Di Kecamatan Seputih Agung keberadaan pasar hanya terdapat di Desa Harapan Rejo, Simpang Agung, Gayau Sakti dan Sulusuban. Pasar simpang agung juga merupakan satu-satunya pasar dengan bangunan permanen dibandingkan yang lainnya.¹⁸

Pasar simpang agung memiliki sarana perdagangan paling banyak dan paling lengkap yang terdapat di Kecamatan Seputih Agung. Pasar Simpang Agung sudah berdiri dari tahun 2003 dengan luas tanah 12.000m², luas bangunan 1.056m² dengan banyaknya fasilitas perdagangan diperlukannya pengelolaan Pasar Simpang Agung yang optimal, sebagai interaksi sosial masyarakat. Pendapatan pasar bersumber dari retribusi dan hasil pendapatan dari sewa toko, kios, los dan tenda yang akan dipergunakan kembali untuk pembangunan pasar itu sendiri.¹⁹

¹⁸Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Tengah Kecamatan Seputih Agung Tahun 2016

¹⁹Peraturan tata laksana Pasar Simpang Agung Nomor 4 tahun 2008

Tabel 1.1
Jumlah Los Yang Disewakan

No.	Los Yang Disewakan	Jumlah
1.	Los Tertutup	51 buah
2.	Los Terbuka Kain	72 buah
3.	Los Ikan	30 buah
4.	Los Buah/Klontong	51 buah
5.	Los Sayuran	62 buah
6.	Los Sate	5 buah
7.	Los Terbuka Baru	32 buah
Jumlah		303 buah

Sumber data sekunder : data pasar Simpang Agung dan wawancara sekretaris pengurus Pasar Simpang Agung.

Berdasarkan dari tabel diatas total 303 buah los yang disewakan terdapat 40 buah los yang kosong atau belum tersewakan yang terdiri dari los terbuka baru, los sate dan los ikan. Meskipun masih ada los yang belum tersewakan, pedagang baru cenderung berjualan di bahu jalan atau di emper-emperan los tertutup.

Munculnya pedagang- pedagang baru di luar pasar dengan barang dagangan yang sama dengan di dalam pasar, membuat pembeli enggan masuk ke dalam

pasar karena mereka bisa mendapatkan barang di luar pasar dengan kualitas dan harga yang kurang lebih sama. Keadaan semacam ini menimbulkan masalah baru bagi pengelola pasar (Dinas Pasar Desa Simpang Agung), karena pasar tumpah ke badan-badan jalan menimbulkan berkurangnya pendapatan para pedagang yang berlokasi didalam pasar dan kurang tertibnya para pedagang yang berjualan dibahu jalan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian lapangan mengenai : “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah).”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang masalah, maka masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah:

1. Bagaimana Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional di Desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
2. Bagaimana Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional di Desa Simpang Agung, Lampung Tengah Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional di Desa Simpang Agung, Lampung Tengah.
- b. Untuk Mengetahui Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional di Desa Simpang Agung, Lampung Tengah Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep-konsep, teori-teori terhadap ilmu pengetahuan mengenai manajemen pengelolaan pasar tradisional dalam perspektif Ekonomi Islam.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi lapisan masyarakat luas mengenai pasar tradisional, dan juga sebagai acuan bagi kalangan mahasiswa atau bagi penulis lainnya yang akan melakukan ataupun yang akan melanjutkan penelitian sesuai dengan judul skripsi ini.

F. Penelitian Terdahulu

Beberapa penilaian yang melakukan penelitian yaitu Victor M. Manek Kiik (Tesis 2006), Muhammad Zunaidi (Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 3, No.1, April 2013) dan Muhammad Yusuf (Skripsi 2016) menemukan hasil sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Victor M. Manek Kiik (Tesis 2006) membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi fungsi pasar tradisional. Judul yang dipilih adalah “Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa Dan Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua”. Penelitian ini dilakukan pada Pasar Tradisional Kabupaten Belu.²⁰ Menggunakan gabungan metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif, dan sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder.

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu Victor M. Manek Kiik (Tesis 2006) dengan penelitian sekarang.

Perbedaan :

- a. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian gabungan yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.

²⁰Victor M. Manek Kiik, *Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa Dan Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua*, (Universitas Diponegoro, Tesis 2006)

- b. Penelitian terdahulu teknik pengumpul data menggunakan wawancara, observasi, dan angket, sedangkan penelitian sekarang teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Persamaan :

- a. Menggunakan metode deskriptif kualitatif
 - b. Sama-sama membahas tentang pasar
2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zunaidi (Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 3, No.1, April 2013) yang berjudul “Kehidupan sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional pasca relokasi dan pembangunan pasar Modern” Penelitian ini dilakukan pada pasar tradisional Babat.²¹

Pada penelitian terdahulu peneliti menggunakan metode deskripsi kualitatif pengumpulan data berupa wawancara. Adanya pro dan kontra berakibat pada kehidupan sosial ekonomi pedagang dimana pedagang yang berada di luar area pasar Babat mengalami penurunan berbeda pada waktu berdagang di pasar tradisional. Selanjutnya pedagang tradisional yang berada di pasar modern terlihat relatif stabil dan yang terakhir kehidupan sosial ekonomi pedagang yang berada di wilayah pasar agrobis mengalami peningkatan terutama bagi pedagang yang melayani grosir.

²¹Muhammad Zunaidi, *Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional Pasca Relokasi Dan Pembangunan Pasar Modern*, (IAIN Sunan Ampel Surabaya, Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 3, No.1, April 2013)

Sedangkan pada penelitian sekarang banyaknya pedagang diluar pasar yang mengakibatkan pendapatan yang berjualan di dalam pasar berkurang, dengan adanya manajemen pengelolaan diharapkan masalah tersebut dapat teratasi dan pendapatan pedagang dapat meningkat.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf (Skripsi 2016) membahas tentang pengaruh pengelolaan pasar tradisional terhadap pembangunan daerah. Judul yang dipilih adalah “Analisis pengaruh pengelolaan pasar tradisional terhadap pembangunan daerah dalam perspektif ekonomi Islam”. Penelitian ini dilakukan pada pasar sayur desa Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan.²²

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu (Muhammad Yusuf, Skripsi 2016) dengan penelitian sekarang.

Perbedaan :

- a. Sampel pada penelitian terdahulu sebanyak 30 responden dan pada penelitian sekarang menggunakan 27 responden.
- b. Metode pemikiran yang digunakan adalah metode pemikiran induktif sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan metode pemikiran deskriptif.

²²Muhammad Yusuf, *Analisis Pengaruh Pengelolaan Pasar Tradisional terhadap Pembangunan Daerah dalam Perspektif Ekonomi Islam* (IAIN Raden Intan Lampung, 2016)

Persamaan :

- a. Menggunakan metode penelitian kualitatif
- b. Lokasi penelitian terdahulu pada pasar tradisional Jatimulyo, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan, sedangkan penelitian sekarang pada Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu,²³ untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.²⁴

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif. Dilihat dari jenisnya (menurut tempat dilaksanakannya penelitian), penelitian ini termasuk penelitian lapangan atau *Field research* yaitu penelitian dalam kanca kehidupan yang sebenarnya.²⁵ Selain menggunakan *field research* penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) penelitian

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV.Alpabeta, 2012), h. 2.

²⁴Suharsimi Arikunto, *Metodelogi penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), h .112.

²⁵Hadi Sutrisno, *Metode Research* (Yogyakarta: UGM, 2012), h. 142.

dengan membaca, menelaah dan mencatat bahan dari berbagai literature yang berhubungan langsung dan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.

b. Sifat Penelitian

Di lihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu mendeskripsikan manajemen pengelolaan pasar tradisional guna meningkatkan pendapatan pedagang kecil, didalamnya juga menjelaskan, menganalisis, menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada.²⁶

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh sendiri oleh organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data primer dari lapangan, yaitu wawancara dengan sekretaris pasar yang membahas tentang kondisi pasar yang terjadi saat ini, serta kendala yang dihadapi oleh pengurus pasar.

Wawancara kedua dengan narasumber yang mengetahui lebih dalam tentang masalah yang terjadi dipasar saat ini yaitu tentang kesemrawutan para pedagang lain yang berjualan di bahu jalan atau dipinggir-pinggir jalan bukan didalam los yang sudah disewakan yang dampaknya adalah

²⁶H. Moh. Pabundo Tika, *Metodelogi Riset Bisns* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.10

mengurangi pendapatan mereka. Data ini merupakan data utama yang penulis gunakan untuk mencari informasi mengenai analisis manajemen pengelolaan pasar tradisional guna meningkatkan pendapatan pedagang kecil dalam perspektif Ekonomi Islam di Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi-publikasi.²⁷ Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literatur dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari sekretaris pasar Simpang Agung berupa peraturan tata laksana pasar Desa simpang Agung dan jumlah-jumlah los serta harga pertahun.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data. Adapun metode tersebut adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala psikis untuk

²⁷*Ibid*, h. 77.

kemudian dilakukan pencatatan.²⁸ Untuk mengamati kejadian yang kompleks dapat menggunakan alat bantu misalnya seperti kamera, video tape, dan audio tape recorder.²⁹

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi langsung pada pedagang di Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah, untuk mengamati objek penelitian secara langsung dan lebih mendalam guna mendapatkan informasi.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung engan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.³⁰

Sedangkan jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin yaitu proses wawancara dimana peneliti bertanya kepada responden, kemudian responden menjawab secara bebas. Tujuannya agar mendapatkan informasi yang valid, menyangkut karakteristik atau sifat permasalahan dari objek penelitian. Peneliti disini mewawancarai kepala desa, sekretaris desa, kepala pasar dan beberapa pedagang di pasar Simpang Agung.

²⁸Joko Subagyo, *Metode Penelitian (dalam teori dan praktek)* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya 2006), cetakan kelima, h. 63.

²⁹*Ibid*, h. 230.

³⁰Joko Subagyo, *Op.cit.* h. 39.

c. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Data ini cenderung kepada data sekunder.³¹ Berdasarkan pengertian tersebut maka dengan ini penulis menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data tentang manajemen pengelolaan pasar tradisional Desa Simpang Agung dari sekretaris.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah total dari keseluruhan unsur yang diteliti.³² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar tradisional yang berjumlah 303 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti, untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus slovin³³ dari 303 populasi dan batas toleransi eror 20% didapatkan hasil 23 sampel yang diambil secara acak.

³¹ *Ibid*, h. 202.

³² Djam'an Santori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 46.

³³ $n = \frac{N}{1 + (N \cdot (e)^2)}$

5. Pengolahan Data dan Analisis

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisis digunakan teknik deskriptif analisis yaitu teknik untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang terkait dengan pembahasan, dimana teknik ini menggambarkan tentang analisis manajemen pengelolaan pasar tradisional guna meningkatkan pendapatan pedagang kecil di pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung.

Untuk mendapatkan data yang lebih akurat perlu adanya pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. *Editing* (mengedit data)

Editing data merupakan proses dimana peneliti melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistensi dan kelengkapan data yang sudah terkumpul. ³⁴

b. *Organizing* (mengatur dan menyusun data)

Mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data yang diperoleh. ³⁵

³⁴Jhonatan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 135.

³⁵*Ibid.*, h. 15.

c. *Analyzing* (menganalisis)

Dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil editing dan organizing data yang telah diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori sehingga diperoleh kesimpulan.³⁶

Setelah penulis memperoleh data-data dan informasi yang diperlukan dari lapangan, lalu penulis mengolahnya secara sistematis sesuai dengan sasaran permasalahan yang ada dan menganalisisnya. Penulis akan menganalisis secara deskriptif kualitatif berupa kata-kata, tulisan atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti. Analisis deskriptif ini dipergunakan dengan menguraikan dan merinci kalimat-kalimat yang ada dengan menggunakan pendekatan berfikir deduktif. Deduktif adalah pemikiran yang berangkat dari fakta-fakta yang bersifat umum agar dapat ditarik kesimpulan yang sifatnya khusus.

³⁶*Ibid.*, h. 195.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Secara etimologi, kata manajemen berasal dari bahasa inggris, management, yang berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan dan pengelolaan. Artinya, manajemen adalah sebagai suatu proses yang ditetapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.³⁷

Manajemen menurut Parker (*Stoner & Freeman*) yang ditulis oleh Husaini Usman adalah seni melaksanakan pekerjaan melalui orang-orang (*the art of getting things done throgh people*). Manajemen dalam arti luas adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan (P3) sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen dalam arti sempit adalah manajemen sekolah/madrasah, yang meliputi manajemen perencanaan program sekolah/madrasah.³⁸ Manajemen yang mengatur jalannya suatu proses dalam mencapai suatu tujuan tentulah

³⁷Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, (jakarta: Prenada Media Group, Cetakan Ke-2, 2009), h. 9

³⁸Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 5

memiliki fungsi-fungsi yang bertujuan supaya sistematis urutan pembahasannya lebih teratur, lebih mudah dan lebih mendalam.³⁹

Fungsi-fungsi manajemen antara lain :

a. *Planning*

yaitu menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu.

b. *Organizing*

yaitu pengelompokan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan itu.

c. *Staffing*

Menentukan keperluan-keperluan sumber daya manusia, pengarahan, penyaringan dan pengembangan tenaga kerja.

d. *Motivation*

Yaitu mengarahkan atau menyalurkan perilaku manusia kearah tujuan-tujuan.



³⁹George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2013), h. 11

e. Controlling

Yaitu mengukur pelaksanaan dengan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab, penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan korelatif.⁴⁰

Dari beberapa fungsi fundamental itu masih banyak fungsi-fungsi manajemen yang lainnya, tetapi yang terpenting dan perlu kita ketahui pengertian fungsi-fungsi dan aktifitas-aktifitas yang harus dilakukan pada setiap fungsi fundamental itu.

Dalam praktiknya pembagian fungsi fundamental ini tidak dapat dibedakan secara tajam dan tegas, karena setiap manajer dalam usaha atau aktifitas-aktifitas untuk mencapai tujuan harus melaksanakan fungsi tersebut, hanya skop dan penekanannya yang berbeda-beda, setiap manajer dalam pelaksanaannya, aktivitasnya dan kepemimpinannya, untuk mencapai tujuan harus melaksanakan “perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian” dengan baik.⁴¹

2. Manajemen Pengelolaan

Manajemen pengelolaan adalah hal yang dilakukan oleh para manajer. Manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat

⁴⁰Siswanto, *Pengantar Akuntansi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 42

⁴¹*Ibid.*, h. 50

diselesaikan secara efisien dan efektif.⁴² Berdasarkan manajemen pengelolaan, pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.⁴³

3. Prinsip-Prinsip Manajemen Pengelolaan

a. Prinsip efisiensi dan efektifitas

Efisiensi dan efektifitas merupakan bagian dari prinsip-prinsip manajemen. Titik tolak pelaksanaan manajemen dalam organisasi semaksimal mungkin memanfaatkan semua sumber, tenaga, dana dan fasilitas yang ada secara efisien. Fungsi-fungsi manajemen dioperasikan dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana yang seirama dengan keadaan dan kemampuan organisasi, artinya dengan menghemat biaya dan memperpendek waktu pelaksanaan kegiatan, tetapi memperoleh hasil yang optimal.

Agar prinsip efisiensi terlaksana, semua objek organisasi harus dikelola dengan baik sehingga penerapan prinsip efisiensi benar-benar relevan dengan tujuan yang hendak dicapai. Hubungan kerja yang fungsional dan berjalan dengan baik akan mempermudah pelaksanaan efisiensi yang menjadi prinsip manajemen.

⁴²Muhammad Yusuf, *Op. Cit.*, h. 40

⁴³Stephen, Mary Colter, *Manajemen* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h. 7.

b. Prinsip pengelolaan

Prinsip pengelolaan didasarkan pada langkah-langkah manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengontrol. Dengan demikian target yang dituju dengan mudah dapat dicapai dengan baik.

Perencanaan yang dilakukan berpijak pada visi dan misi yang jelas sehingga program-program yang dijadwalkan dibuat secara sistematis dan mendahulukan skala prioritas sebagaimana mengatur dan menjadwalkan program jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek.

c. Prinsip pengutamaan tugas pengelolaan

Prinsip pengutamaan tugas pengelolaan (manajer) adalah orang yang bertanggung jawab penuh dalam pelaksanaan organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Internal artinya melaksanakan proses pengadministrasian semua aktifitas organisasi yang merupakan tugas utama manajer, sedangkan eksternal adalah pelayanan manajerial terhadap semua kepentingan publik yang berkaitan dengan aktifitas manajemen di luar kelembagaan.

Dengan tanggung jawab manajer tersebut, pengutamaan tugas pengelolaan bukan semata-mata berkaitan dengan manajerial internal karena manajerial internal sangat berkepentingan dan memiliki

hubungan fungsional dengan manajerial eksternal. Sebagaimana bagian produksi bekerja sama dengan bagian promosi dan bagian promosi berhubungan langsung dengan masyarakat.

d. Prinsip kepemimpinan yang efektif

Prinsip pemimpin yang efektif harus memiliki kebijaksanaan dalam mengambil keputusan, tidak bertele-tele dan menghemat waktu, artinya tegas, lugas, tuntas dan berkualitas. Ia wajib mengembangkan hubungan baik dengan semua bawahannya, cerdas merealisasikan *human relationship*. Manajer yang baik adalah manajer yang tidak menyalahkan bawahan, tetapi mengingatkan dan menyarankan. Demikian juga bawahan yang baik tidak pernah menggugat kepada atasan, tetapi meluruskan dan menyadarkan sepanjang masih dalam konteks profesionalitas yang ada diatas aturan yang disepakati.

e. Prinsip kerja sama

Prinsip kerja sama didasarkan pada pengorganisasian dalam manajemen. Semua tugas dan kewajiban manajer tidak diborong oleh satu orang, tetapi dikerjakan menurut keahlian dan tugasnya masing-masing, sehingga beban kerjanya tidak menumpuk di satu tempat, sedangkan ditempat lain tidak ada yang dikerjakan. Pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab seharusnya diatur berdasarkan prinsip profesionalitas sehingga kerja sama yang dibangun tidak berbelit-belit.

Kerja sama diantara karyawan seharusnya sinergis dan mempermudah pelaksanaan tugas organisasi. Oleh karena itu, prinsip kerja sama merupakan salah satu dari fungsi organisasi yang diartikan sebagai memberi struktur, terutama dalam penyusunan atau penetapan personal, pekerjaan-pekerjaan, materil dan pikiran-pikiran di dalam struktur itu.⁴⁴

4. Manajemen pasar tradisional

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat pembelian dan toko modern.⁴⁵

Pengelolaan pasar tradisional meliputi perencanaan dan kelembagaan.

Bagian perencanaan meliputi :

- a. Bupati/Walikota melalui kepala SKPD melakukan perencanaan pasar tradisional.

⁴⁴Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: PT Toko Gunung, 2005), h. 38

⁴⁵Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisioanal

- b. Perencanaan pasar tradisional meliputi perencanaan fisik dan perencanaan non fisik.
- c. Perencanaan fisik meliputi, penentuan lokasi, penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar dan sarana pendukung. Perencanaan fisik berlaku untuk pembangunan pasar baru. Perencanaan fisik berlaku untuk revitalisasi pasar lama.
- d. Penentuan lokasi antara lain, mengacu pada RT/RW Kabupaten/Kota, dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan Ibukota Kabupaten/Kota, Kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan dibangun.
- e. Fasilitas bangunan dan tata letak pasar antara lain bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu, petak atau blok dengan akses jalan pengunjung kesegala arah, pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup, penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan dan bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah.
- f. Sarana pendukung antara lain kantor pengelola, area parkir, tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan sampah, air bersih, sanitasi/drainase, tempat ibadah, toilet umum, pos keamanan, tempat pengelolaan limbah/instalasi pengelolaan air limbah, hidran

dan fasilitas pemadam kebakaran, sarana komunikasi dan area bongkar muat dagangan.

Tujuan dari manajemen pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- 1) Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja dibidang perdagangan.
- 2) Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
- 3) Memanfaatkan sumberdaya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat.
- 4) Memberikan kesempatan kepada masyarakat ata badan dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah.
- 5) Mempertahankan, menjaga dan melestariakn pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya.⁴⁶

Sementara berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional tujuan dari manajemen pasar tradisional antara lain :

- 1) Menciptakan pasar tradisonal yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat.
- 2) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

⁴⁶Siti Fatimah Nurhayati, *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 18, Nomor 1, Juni 2014, h. 51.

- 3) Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.
- 4) Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat pembelanjaan dan toko modern.⁴⁷

B. Konsep Pedagang Kecil

1. Pengertian Pedagang Kecil

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.⁴⁸ Sedangkan pedagang kecil adalah orang yang dengan modal yang relatif sedikit melaksanakan aktifitas produksi dalam arti luas (produksi barang, menjual barang dan menyelenggarakan jasa) untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu dalam masyarakat usaha yang mana dilaksanakan ditempat-tempat yang dianggap strategis dan ekonomis dalam suasana lingkungan yang informal.”

2. Indikator Pedagang Kecil

Adapun indikator pedagang kecil antara lain :

- a. Kemampuan pedagang kaki lima dalam menyewa ruko

Kemampuan pedagang kaki lima dalam menyewa ruko yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat kemampuan pedagang

⁴⁷Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012

⁴⁸Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 171.

kaki lima untuk menyewa ruko. Indikator kemampuan menyewa ruko dalam penelitian ini menggunakan sub indikator sebagai berikut:

1) Pendapatan yang dihasilkan

Pendapatan adalah hasil pendapatan harian pedagang kaki lima berupa pendapatan kotor dari hasil penjualan yang dihitung dalam satuan rupiah. Pendapatan yang didapatkan tidak tetap setiap harinya karena hasil pendapatan tergantung pada pembeli.

2) Sumber modal

Sumber modal yang dimaksud adalah sumber modal pedagang kaki lima berdasarkan sumber asal kepemilikan modal usaha dalam menjalankan usaha dagangnya.

3) Jumlah tanggungan

Jumlah tanggungan yang dimaksud adalah jumlah jiwa yang menjadi beban tanggungan pedagang kaki lima dalam kehidupan sehari-harinya. Jumlah jiwa menunjukkan kemampuan dan seberapa besar tanggung jawab pedagang kaki lima yang secara langsung dan tidak langsung harus dihidupinya dalam kebutuhan sehari-harinya.

b. Jenis pedagang kaki lima

Jenis pedagang kaki lima yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis pedagang yang ditentukan berdasarkan persamaan bentuk produk yang diperdagangkan oleh pedagang kaki lima di trotoar. Kriteria kesamaan produk ditentukan dengan pengamatan langsung dan bentuk kriterianya berupa jenis pangan (bentuk konsumsi langsung), sandang (bentuk pakaian dan segala atributnya), lain-lain (bentuk berupa segala bentuk dagangan yang diperjualbelikan pedagang kaki lima kecuali bentuk jenis pangan dan jenis sandang seperti yang telah disebutkan).

f. Persepsi pedagang akan lokasi yang strategis

Persepsi pedagang akan lokasi yang strategis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil persepsi pedagang akan lokasi yang strategis bagi suatu tempat usaha dagangnya. Indikator persepsi pedagang kaki lima akan lokasi yang strategis dalam penelitian ini menggunakan sub indikator sebagai berikut:

1) Pusat kegiatan/keramaian

Pusat kegiatan/keramaian menerangkan bagaimana keadaan jalan menurut para pedagang kaki lima sebagai lokasi tempat usaha dagangnya dapat cocok atau tidak menjadi tempat dagangnya.

2) Keterjangkauan menjemput konsumen

Keterjangkauan menjemput konsumen menerangkan bagaimana menurut para pedagang kaki lima dalam mendapatkan konsumen.

3) Keterjangkauan tempat tinggal dengan tempat usaha

Keterjangkauan tempat tinggal dengan tempat usaha yang dimaksud merupakan jarak antara lokasi berdagang pedagang kaki lima dengan kediaman pedagang tinggal. Jarak antara tempat tinggal dengan tempat berdagang pedagang merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan pedagang dalam memilih lokasi berdagang.

4) Biaya pengeluaran untuk tempat usaha

Biaya pengeluaran tempat usaha yang dimaksud adalah bagaimana biaya pengeluaran untuk tempat usaha yang dirasakan oleh pedagang kaki lima selama usaha dagangnya berjalan. Biaya pengeluaran untuk tempat usaha merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang untuk tetap bisa menjalankan usaha dagangnya di trotoar jalan.

C. Konsep Pendapatan

Setiap orang memiliki pendapatan yang berbeda, penghasilan seseorang tergantung dari penawaran dan permintaan untuk kerja orang tersebut, yang

pada gilirannya tergantung dari kemampuan alami, modal manusia, diferensial kompensasi, diskriminasi, dan seterusnya.

1. Pengertian Pendapatan

Menurut Winardi pengertian pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun dari hasil sendiri yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu.⁴⁹

Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Definisi lain dari pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan, dengan demikian pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat.

Sebagaimana pendapat di atas, bahwa pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat, oleh karenanya setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan di sektor informal atau perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya yang digunakan

⁴⁹Winardi, *Loc. cit.*

untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dan sedapat mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang kecil

Walaupun secara fisik pasar dibangun dengan baik, manfaat ekonomi bagi masyarakat sangat tergantung dengan penggunaan pasar. ada banyak faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar, antara lain:

a. Manajemen pasar

- 1) Pemerintahan desa atau masyarakat desa memilih tim manajemen untuk mengelola pasar.
- 2) Tim manajemen pasar mempunyai beberapa tugas utama :
 - a) Harus mengatur siapa yang dapat menggunakan los atau kios.
 - b) Harus menggumpulkan ongkos dari para penjual
 - c) Harus mempunyai arsip administrasi.
 - d) Harus membayar seluruh tagihan kepada seluruh orang yang bekerja di pasar.
- 3) Tim manajemen harus supervisi tim keamanan dan tim parkir kendaraan.
- 4) Harus ada pertemuan rutin untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat desa.

b. Los dan kios

- 1) Los adalah tempat pasar dilantai saja, dan orang yang jual barang harus membawa barang di awal hari.
- 2) Kios adalah tempat pasar yang lebih permanen, sehingga dapat dibuka pagi-pagi dan barang dapat disimpan didalamnya.
- 3) Orang yang mengelola pasar harus mengatur penggunaan los atau kios, sehingga tidak didominasi oleh orang tertentu. Misalnya ada masalah bila semua kios diisi oleh orang dari luar desa.

c. Ongkos

- 1) Organisasi menentukan ongkos biaya yang diminta dari orang yang menggunakan los atau kios.
- 2) Biaya ongkos dapat digunakan untuk banyak kebutuhan yang berkaitan dengan pemasaran:
 - a) Gaji karyawan dipasar (pemimpin, administrator, satpam)
 - b) Biaya listrik dan air
 - c) Biaya pembuangan sampah
 - d) Transportasi manajemen
 - e) Biaya perbaikan pasar
 - f) Biaya pemeliharaan
- 3) Tidak meminta ongkos dari pembeli barang di pasar

d. Penjualan

- 1) Manajemen pasar dapat menentukan penjualan di pasar, dan mereka mengutamakan masyarakat desa.
- 2) Penjual dari luar diadakan supaya masyarakat desa dapat membeli barang yang tidak ada di desa dan mereka tidak perlu pergi ke pasar
- 3) Jika orang desa mempunyai produk khusus, seperti barang kerajinan, dijual oleh orang desa terutama untuk orang dari luar.

e. Pembelian

- 1) Pembeli utama adalah orang desa yang perlu membeli makanan, kain, baju, dan barang yang dibutuhkan untuk rumahnya.
- 2) Sebagian dari pembeli adalah orang dari desa lain yang berdekatan, karena mereka cepat memerlukan sesuatu yang ada di pasar desa ini dan tidak ada di pasar lain yang lebih berdekatan.
- 3) Pembeli dari luar ada jika desa mempunyai hasil kerajinan atau hasil bumi yang dapat dibeli untuk dijual ditempat lain, seperti dikota.

f. Komoditi yang dijual

- 1) Komoditi yang biasa dalah makanan, minuman, kain dan baju
- 2) Komoditi lain adalah barang yang dibutuhkan oleh orang desa, seperti barang untuk dapur atau peralatan kecil untuk pekerjaan.

- 3) Satu komoditi istimewa adalah produk kerajinan yang ingin dibeli oleh orang dari luar. Barang-barang mungkin dibeli karena kebutuhan sendiri atau dibeli supaya dapat dijual oleh mereka di tempat lain.
- 4) Di tempat tertentu, barang kerajinan serta makanan dan minuman dijual karena kepariwisataan.

g. Khusus pasar hewan

- 1) Pasar hewan dapat dicampur dengan pasar desa yang biasa pada hari tertentu.
- 2) Hewan ditempatkan diluar, dan sebaiknya tempat diatur supaya bersih dan aman. Dipasang pipa sebagai tempat untuk mengikat hewan, dengan lantai dari beton dan saluran drainase, terutama untuk pembuangan kotoran dan hewan.

h. Khusus tempat pelelangan ikan

- 1) Tempat pelelangan ikan adalah pasar desa untuk penjualan ikan
- 2) Sebaiknya tempat pelelangan ikan fasilitas untuk air bersih, supaya ikan dapat dibersihkan.

i. Jam operasional

Jam operasional diumumkan kepada orang yang menjual barang dipasar maupun kepada orang yang menjadi pembeli barang.

j. Hari operasional

Pasar yang dibuka setiap hari, karena barang yang dijual dikumpulkan setiap hari oleh para pembeli.⁵⁰

Selain faktor-faktor diatas hal-hal dibawah ini juga sangat mempengaruhi terhadap pendapatan pedagang kecil, diantaranya adalah:

1) Kondisi dan kemampuan pedagang

Kemampuan pedagang dalam transaksi jual beli yaitu mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekaligus memperoleh pendapatan yang diinginkan.

2) Modal

Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

⁵⁰Kementrian Desa, *Pembangunan Daerah Tertinggal Dan Transmigrasi Republik Indonesia, Sarana Dan Prasarana Pendukung Ekonomi Desa*, (Jakarta, 2015), h. 27

3) Kondisi organisasi usaha

Semakin besar suatu usaha akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan akan semakin besar dibandingkan dengan usaha yang lebih kecil.

4) Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan.

3. Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian. Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak.

Ada beberapa aturan tentang pendapatan dalam konsep Islam, yaitu sebagai berikut :⁵¹

- a. Adanya harta (uang) yang dikhususkan untuk perdagangan.
- b. Mengoperasikan modal tersebut secara interaktif dengan dasar unsur-unsur lain yang terkait untuk produksi, seperti usaha dan sumber-sumber alam

⁵¹Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam*, (Jakarta : Akbar Media Eka Sarana, 2001), h. 150

- c. Memposisikan harta sebagai obyek dalam pemutarannya karena adanya kemungkinan-kemungkinan pertambahan atau pengurangan jumlahnya.
- d. Modal pokok yang berarti modal bisa dikembalikan.

Islam sangat menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Kriteria-kriteria Islam secara umum yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batasan pengambilan keuntungan yaitu :⁵²

- a. Kelayakan dalam penetapan laba

Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Batasan laba ideal (yang pantas dan wajar) dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peranan uang dan pada gilirannya akan membawa pada pertambahan laba.

- b. Keseimbangan antara tingkat kesulitan laba

Islam menghendaki adanya keseimbangan antara laba dengan tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal. Semakin tinggi resiko, maka semakin tinggi pula laba yang diinginkan pedagang.

- c. Masa perputaran modal

Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang atau seorang pengusaha, yaitu semakin panjang

⁵²*Ibid.*, h. 167

perputaran dan bertambahnya tingkat resiko maka semakin besar pula laba yang diinginkan. Begitu juga sebaliknya semakin berkurangnya tingkat bahaya maka pedagang akan menurunkan standar labanya.

- d. Cara menutupi harga penjualan jual beli dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan kredit, dengan syarat adanya keridhoan diantara keduanya.

D. Konsep Pasar

1. Pengertian pasar

Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati antara pembeli dan penjual.⁵³ Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi :

- a. Menurut segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa macam, di antaranya pasar tradisional, pasar raya, pasar abstrak, pasar konkrit, toko swalayan, toko serba ada, dll.
- b. Berdasarkan jenis barang yang dijual, pasar dibedakan menjadi beberapa macam diantaranya pasar ikan, pasar sayuran, pasar buah-

⁵³Satria, *Pasar Modern Dan Pasar Tradisional* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 3

buahan, pasar barang elektronik, pasar barang perhiasan, pasar bahan bangunan, bursa efek dan saham, dll.

Dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu.

Definisi pasar menurut William J. Stanton *“pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya. Pada umumnya suatu transaksi jual beli melibatkan produk/barang atau jasa dengan uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi”*.

Dari definisi diatas terdapat 3 unsur penting didalam pasar yaitu orang dengan segala keinginannya, daya beli mereka, dan kemampuan untuk membelanjakannya. Pada umumnya suatu transaksi jual beli melibatkan produk/barang atau jasa dengan uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi. pasar secara umum mempunyai pengertian sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Bagi produsen, posisi pasar mempunyai arti yang luas, sebagai sumber memperoleh uang dari hasil transaksi di pasar-pasar, sementara bagi konsumen, pasar dianggap sebagai sumber memenuhi

kebutuhan hidupnya sehari-hari. Seiring perkembangan zaman saat ini dikenal dengan istilah pasar tradisional dan pasar modern.

2. Jenis-Jenis Pasar

a. Jenis-jenis Pasar Menurut Kelas Mutu Pelayanan:

1) Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau koperasi yang bentuknya berupa *mall*, *supermarket*, *department store*, dan *shopping center* yang pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada pada satu tangan bermodal kuat dan dilengkapi label harga yang pasti. Pasar modern tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilalukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. barang-barang yang dijual selain bahan makanan, seperti buah, sayuran, daging dan sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.⁵⁴

⁵⁴*Ibid.*, h. 9

2) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari, seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.⁵⁵ Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Pasar tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia. Pasar tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan

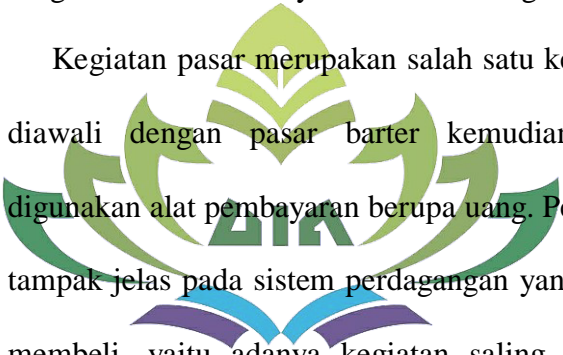
⁵⁵*Ibid.*, h. 18

perkotaan. Pasar tradisional biasanya berdiri dititik tengah suatu wilayah sehingga akan memudahkan masyarakat dari segala penjuru pada wilayah layanan pasar itu untuk datang. Sehingga suasana persaingan antara satu pasar tradisional dengan pasar tradisional lainnya sangat minim.

Dalam istilah pemasaran ritel, pasar tradisional dikecamatan dan di desa memiliki *captive market* karena hukum gravitasi (terdekat dari rumah konsumen). Hanya sedikit saja penduduk yang rumahnya lebih dekat kesuatu pasar tradisional berbelanja kepasar tradisional lainnya. Di setiap kota, ibukota kecamatan, sampai pada tingkat desa, pasar dapat ditemukan. Dalam satu pasar tersedia berbagai gerai dengan segala macam jenis produk yang diperlukan masyarakat, dari barang kebutuhan sehari-hari hingga produk tahan lama. Pasar terdiri atas kios-kios dibagian dalam dan toko-toko dibagian luarnya yang menghadap jalan. Untuk pasar desa, jajaran toko biasanya disambung dengan jajaran warung. Karena itu, pasar didesa dan juga pasar dikecamatan akan terdiri atas kombinasi kios, warung dan toko.

Pada tingkat desa, pasar hanya ditemukan satu saja, ini karena satu pasar melayani seluruh masyarakat desa. Pasar yang lebih besar dan biasanya lebih lengkap daripada pasar di desa adalah

pasar yang terletak di ibukota kecamatan. Karena itu, warga dari pelosok desa yang ingin barang tertentu harus pergi ke pasar di kecamatan, yang dijual di toko, bukan di kios. Sementara itu, pasar dikota yang juga adalah ibukota kabupaten selain lengkap dengan segala kebutuhan pokok masyarakat, juga menyediakan produk yang tergolong premium untuk ukuran masyarakat desa. Pada intinya pengertian pasar tradisional lebih difokuskan terhadap fungsi dan keberadaanya secara kronologis.



Kegiatan pasar merupakan salah satu kegiatan yang paling tua, diawali dengan pasar barter kemudian berkembang karena digunakan alat pembayaran berupa uang. Perbedaan dan perubahan tampak jelas pada sistem perdagangan yang berpengaruh pada cara membeli, yaitu adanya kegiatan saling tawar menawar ketika berbelanja. Rantai distribusi pada pasar tradisional terdiri dari produsen, distributor, distributor pengecer dan konsumen.

Menurut Sumijanto tiga sudut pandang pasar tradisional sebagai berikut :

- a) Pola aliran barang dan jasa.
- b) Suatu kumpulan mekanisme ekonomi yang mempertahankan dan mengatur aliran-aliran tersebut.
- c) Suatu sistem sosial dan cultural tempat mekanisme itu berada.

b. Jenis-jenis pasar berdasarkan Hierarki pasar dibagi menjadi menjadi dua, yaitu:

1) Pasar Kawasan 30.000 Penduduk (Pasar Kelurahan/desa)

Fungsi utama sebagai pusat perbelanjaan di lingkungan yang menjual keperluan sehari-hari termasuk sayur, daging, ikan, buah-buahan, beras, tepung-tepungan, bahan-bahan pakaian, pakaian, barang-barang kelontong, alat-alat pendidikan, alat-alat rumah tangga, dan lain-lain.⁵⁶

Lokasinya berada pada jalan utama lingkungan dan mengelompok dengan pusat lingkungan dan mempunyai terminal kecil untuk pemberhentian kendaraan. Penduduk minimum yang dapat mendukung sarana ini adalah 30.000 penduduk.

2) Pasar Kawasan 120.000 Penduduk (pasar kecamatan)

Fungsi utama sama dengan pasar lingkungan lain hanya dilengkapi sarana-sarana niaga lainnya seperti kantor-kantor, bank, industri-industri kecil seperti konveksi dan lain-lain. Lokasinya mengelompok dengan pusat kecamatan dan mempunyai pangkalan transportasi untuk kendaraan-kendaraan jenis angkutan penumpang kecil. Jumlah minimum penduduk yang dapat mendukung sarana ini adalah 120.000 penduduk.

⁵⁶ *Ibid*

c. Jenis-jenis Pasar menurut Pengelolaanya adalah sebagai berikut:

1) Pasar Pemerintah

Yaitu pasar yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah.

2) Pasar Swasta

Yaitu pasar yang diselenggarakan atau dikelola oleh orang pribadi atau badan.

d. Jenis-jenis Pasar Menurut Tingkat Pelayanannya

1) Pasar Regional

Yaitu pasar dengan komponen bangunan-bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang, baik didalam maupun diluar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat nasional.

2) Pasar Kota

Yaitu pasar dengan komponen bangunan-bangunan, sistem arus barang dan orang, baik didalam maupun diluar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat kota.

3) Pasar Wilayah

Yaitu pasar dengan komponen bangun-banginan, sistem arus barang dan orang, baik didalam maupun diluar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat kota.

3. Ciri-Ciri Pasar Tradisional

Menurut Lilananda pasar tradisional memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Terdiri dari kios-kios atau gerai oleh penjual.
- b. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa sayur, buah, ikan, telur, daging, pakaian, dan barang dagangan lainnya.
- c. Umumnya terletak dekat kawasan pemukiman masyarakat, agar memudahkan pembeli mencapai pasar.
- d. Sistem pembelian barang akan dilakukan dengan tawar-menawar.
- e. Pasar tradisional beroperasi mulai subuh.
- f. Hubungan ekonomis antara sesama pedagang pasar tradisional dengan saling meminjam uang atau memberikan hutang barang dagangannya dengan pedagang pasar lainnya yang cukup mereka kenal.
- g. Para pedagang pasar tradisional saling berebut dan menarik perhatian para langganannya untuk mencari keuntungan sebanyak mungkin akan tetapi para pedagang masih bersahabat antar pedagang.

4. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Tradisional

- a. Pasar tradisional memiliki beberapa keunggulan bila dibandingkan dengan pasar modern. Adapun kelebihan pasar tradisional yaitu sebagai berikut :

- 1) Lokasi dekat dengan rumah, sehingga lebih efektif dan efisien.

- 2) Barangnya lebih segar untuk produk tertentu, seperti bahan-bahan, sayur-sayuran, dan daging. Hal ini karena pedagang langsung memperoleh barang dari petani.
- 3) Adanya tawar-menawar harga, sehingga jika membeli dalam jumlah yang banyak maka akan didapatkan harga yang lebih murah.
- 4) Para pembeli yang berasal dari masyarakat berpendapatan menengah kebawah merasa lebih percaya diri jika berbelanja dipasar tradisional dibandingkan pasar modern.
- 5) Para pedagang paham benar bahwa pembelinya adalah mereka yang berasal dari golongan menengah kebawah, sehingga memungkinkan pembeli barang dalam kuantitas yang sangat kecil.
- 6) Hubungan antara pedagang dan pembeli cukup akrab dan saling percaya, sehingga memungkinkan pembeli melakukan pembelian secara kredit.
- 7) Guna menjaga hubungan dengan konsumen para pedagang sering kali memberikan discount ataupun hadiah pada hari-hari tertentu.
- 8) Pedagang mengerti benar kualitas barang dagangannya sehingga dapat memberikan informasi dan mengarahkan pembeli pada barang yang terbaik.

b. Pasar tradisional memiliki beberapa kelemahan bila dibandingkan

dengan pasar modern. Berikut kekurangan pasar tradisional :

- 1) Terdapat masalah infrastruktur yang kurang memadai seperti kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, dan buruknya sirkulasi udara.
- 2) Minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, seperti strategi perencanaan yang kurang baik.
- 3) Kurang perhatian terhadap pemeliharaan sarana fisik sehingga pasar tradisional kurang terawat.
- 4) Adanya pedagang kaki lima yang tidak tertib karena berjualan di bahu jalan, sehingga pasar terlihat tidak rapi.
- 5) Kurang tegasnya pengurus pasar dalam menangani pedagang kaki lima.
- 6) Pada beberapa pasar tradisional terdapat praktek premanisme yang sangat mengganggu kelancaran dan efisiensi transaksi antara pembeli dan penjual.
- 7) Tidak ada pengawasan terhadap barang yang dijual dan standarisasi ukuran dan timbangan.
- 8) Dagangan yang bersifat makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis.⁵⁷

⁵⁷*Ibid.*, h.27

E. Pasar dalam Ekonomi Islam

Pasar dalam kacamata Islam merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal yang aturan-aturannya bernafaskan ajaran-ajaran Islam dimana didalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar, yang tentu saja memiliki berbagai kelemahan seperti tidak selalu selaras antara prioritas individu dengan sosial, mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, dan lain sebagainya. Maka sebagai umat muslim, dalam menjalankan kegiatan ekonominya baik sebagai konsumen maupun sebagai produsen, haruslah menjalankan aturan-aturan kegiatan ekonomi yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Pada dasarnya ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. *Esensi* proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai tujuan agama (*falah*).

Pandangan Islam mengenai pasar menganjurkan sekiranya seluruh pelaku pasar untuk bertindak secara adil, baik dalam bentuk persaingan maupun adil kepada diri sendiri. Salah satu upaya mempersiapkan diri yakni dengan

berbenah dan mencari solusi agar mampu berekonomi dengan adil dan sesuai dengan aturan syariah.⁵⁸

Pasar dalam konteks Islam diwajibkan bertindak adil dan dilarang saling mendzolimi, alasan yang paling tepat adalah pasar memiliki peranan yang penting dalam ekonomi, karena untuk tujuan maslahatan manusia dalam mendapatkan mata pencarian yang akan terwujud dengan adanya tukar menukar dalam kegiatan muamalah di pasar.⁵⁹

Pasar merupakan salah satu lembaga yang memiliki peranan penting dalam kehidupan maka dalam pasar ada beberapa hal yang harus diperhatikan demi kesejahteraan masyarakat dan berjalannya pasar sesuai ekonomi Islam, diantaranya :

1. Peran Pemerintah dalam Pasar

Pemerintah memiliki peran yang besar dalam pasar dimana pemerintah tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pengawas dan juga pengatur dalam pasar. Umar bin Khattab pada masa pemerintahannya memiliki perhatian yang sangat besar terhadap pasar bahkan terlibat langsung didalamnya, baik dalam pendirian pasar, pengaturan dan

⁵⁸Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 62

⁵⁹Alimatul Farida, *Struktur Pasar Dalam Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1, h. 2

pengawasan. Peran pasar pemerintah dalam pasar secara garis besar dikelompokkan kedalam tiga bagian yaitu :⁶⁰

a. Peran pemerintah yang berkaitan dengan implementasi nilai dan moral Islam, dibagi dalam kategori sebagai berikut :

- 1) Memastikan dan menjaga implementasi nilai dan moral Islam secara keseluruhan.
- 2) Memastikan dan menjaga agar pasar hanya memperjual belikan barang dan jasa yang halal dan mubah saja.
- 3) Memastikan dan menjaga pasar yang hanya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan prioritas kebutuhan sesuai dengan ajaran Islam dan kepentingan perekonomian nasional.
- 4) Membuat berbagai langkah untuk meningkatkan daya saing dan daya jual beli dari pelaku pasar yang lemah seperti produsen kecil dan konsumen yang miskin.

b. Peran pemerintah yang berkaitan dengan teknis operasional pasar, dalam konteks operasional pasar, hal yang harus dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut :

- 1) Pemerintah harus menjamin kebebasan masuk dan keluar pasar, menghilangkan berbagai hambatan dalam persaingan,

⁶⁰*Ibid.*, h. 4

menyediakan informasi, membongkar penimbunan dan lain sebagainya.

2) Melembagakan nilai-nilai persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.

c. Peran pemerintah yang berkaitan dengan kegagalan pasar, dalam menanggapi kegagalan pasar hal yang harus dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut :

- 1) Mengatasi masalah dengan berpedoman pada nilai-nilai keadilan.
- 2) Menguasai dan menyediakan barang-barang publik⁶¹ dan melarang penguasaan barang publik oleh perorangan.
- 3) Melembagakan nilai dan moralitas Islam.

2. Mekanisme Pasar dalam Islam

Ekonomi islam memandang bahwa pasar, negara, dari individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada subordinat, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. akan tetapi, pasar yang berjalan sendiri secara adil kenyataannya sulit

⁶¹Barang Publik adalah segala sesuatu yang pemanfaatannya dibagi bersama, dan pemerintah bertindak sebagai produsen, pengawas dan pengatur.

ditemukan. Distorsi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak.⁶²

Berbagai praktik dan kebijakan ekonomi yang berlangsung pada masa Rasulullah SAW dan Khulafah Rasyidin merupakan contoh empiris yang dijadikan pijakan bagi para cendekiawan muslim dalam melahirkan teori-teori ekonominya. Satu hal yang jelas, fokus perhatian mereka tertuju pada pemenuhan kebutuhan, keadilan, efisiensi, pertumbuhan dan kebebasan, yang tidak lain merupakan objek utama yang menginspirasi pemikiran ekonomi Islam sejak masa awal. Kegiatan ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin menunjukkan adanya peranan pasar dalam pembentukan masyarakat Islam pada masa itu.⁶³ Prinsip dasar Mekanisme pasar dalam Islam, diantaranya yaitu :

a. Mekanisme Pasar pada Masa Rasulullah SAW

Pasar berperan sangat penting dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaur Rasyidin. Bahkan, Rasulullah SAW sendiri pada awalnya adalah seorang pebisnis, demikian pula Khulafaur Rasyidin dan kebanyakan sahabat. Pada usia tujuh tahun, Muhammad telah diajak oleh pamannya Abu Thalib melakukan perjalanan perdagangan ke negeri Syam. Dari sinilah ilmu

⁶²Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h. 203

⁶³M. Arif Hakim, *Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, (Stain Kudus, Penelitian Ilmiah Iqtishadia, Vol 8, No. 1, 2015), h. 2

perniagaan beliau diasah. Kemudian, sejalan dengan usianya semakin dewasa, Muhammad semakin giat berdagang, baik dengan modal sendiri, ataupun bermitra dengan orang lain. Kemitraan dengan skema mudharabah dan musyarakah dapat dianggap cukup populer pada masyarakat Arab pada waktu itu. Salah satu mitra bisnisnya adalah Khadijah seorang wanita pengusaha yang cukup disegani di Makkah, yang akhirnya menjadi istri beliau.

Berkali-kali Muhammad terlibat urusan dagangan ke luar negeri (Syam, Suriah, Yaman, dan lain-lain) dengan membawa modal dari Khadijah. Setelah menjadi sami Khadijah, Muhammad juga tetap aktif berbisnis, termasuk berdagang di pasar lokal sekitar kota Makkah. Muhammad adalah seorang pedagang profesional dan selalu menjunjung tinggi kejujuran, ia mendapat julukan al-Amin (yang terpercaya).

Setelah menjadi Rasul, Muhammad memang tidak lagi menjadi pelaku bisnis secara aktif karena situasi dan kondisinya yang tidak memungkinkan. Pada saat awal perkembangan Islam di Makkah, Rasulullah SAW dan masyarakat Muslim mendapat gangguan dan teror yang sangat berat masyarakat Kafir Makkah (terutama suku Quraisy, suku Rasulullah sendiri) sehingga perjuangan dan dakwah merupakan prioritas. Ketika masyarakat Muslim telah berhijrah ke Madinah, peran

Rasulullah bergeser menjadi pengawas pasar. Beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Madinah dan sekitarnya agar tetap dapat berlangsung secara Islam.

Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai, beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Madinah pada saat itu tiba-tiba naik, sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan pemerintah dan penawaran yang murni, maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar.

Hal tersebut tertuang dalam hadist riwayat Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi yang berbunyi :⁶⁴



Artinya : *“Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”*.

⁶⁴Yudi Suryadi, *Kebijakan Ekonomi: Fiskal & Moneter Masa Rasul*, (Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah, Pasca Sarjana Ekonomi Syariah, 2013), h. 7

Dalam hadist diatas, jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunnatullah) yang harus dijunjung tinggi. haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kedzoliman, tak seorangpun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat merupakan suatu ketidakadilan yang akan dituntut pertanggung jawabannya dihadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang di jalan Allah, sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah.⁶⁵

b. Mekanisme pasar menurut Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun menulis dalam bukunya yang berjudul “harga-harga dikota”, ia membagi barang menjadi dua jenis yaitu kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak, maka barang-barang kebutuhan pokok akan mendapatkan prioritas.

Ibnu Khaldun mengamati fenomena tertinggi dan terendah dari berbagai negara, tanpa mengajukan konsep apapun tentang kebijakan

⁶⁵Ika Yunia Fauzia, *Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 200

kontrol harga. Ibnu Khaldun lebih memfokuskan dirinya untuk menjelaskan fenomena yang terjadi sebagaimana adanya.⁶⁶

3. Jual beli dalam pasar Islam

Perdagangan atau jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara' dan disepakati.

Sesuai ketetapan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak Syara'.⁶⁷

Konsep jual beli dalam pasar Islam berdasarkan pada batasan-batasan syariat, karena jika tidak mengindahkan batasan-batasan tersebut maka sebagian besar praktek jual beli yang terjadi di masyarakat adalah transaksi yang dipenuhi berbagai unsur penipuan, kecurangan dan ketidakadilan dalam bertransaksi. Ini disebabkan sedikitnya pengetahuan tentang ajaran Islam yang berakibat pada orientasi untuk mengejar keuntungan sehingga berbagai upaya ditempuh agar mendapatkan

⁶⁶Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, edisi ke- 4, 2012), h. 147

⁶⁷Ika Yunia Fauzia, *Op.cit.*, h. 244

keuntungan berlebih, jadi pada hakikatnya yang mereka lakukan itu adalah transaksi riba.⁶⁸

Seseorang yang menggeluti praktek jual beli secara syar'i wajib memperhatikan syarat-syarat sah praktek jual beli agar dapat melaksanakannya sesuai dengan batasan-batasan syariat dan tidak terjerumus kedalam tindakan-tindakan yang diharamkan. Berikut beberapa syarat sah jual beli dalam pasar syariah agar tidak terjerumus kedalam praktek yang menyimpang.

Pertama, persyaratan yang berkaitan dengan pelaku praktek jual beli, baik penjual maupun pembeli, yaitu :

- a. Kedua belah pihak melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan sehingga dapat melakukan transaksi dengan benar.
- b. Kedua belah pihak berkompoten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang *mukallaf* dan *rasyid* (memiliki kemampuan dalam mengatur uang), sehingga tidak salh transaksi yang dilakukan oleh anak kecil yang tidak cakap, orang gila atau oarang yang dipaksa. Ini karena seseorang yang gila dan tidak cakap dalam bertransaksi tidak mampu untuk membedakan transaksi mana yang baik dan buruk bagi dirinya sehingga dirinya rentan dirugikan dalam transaksi yang dilakukan.

⁶⁸Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 110

Kedua, yang berkaitan dengan objek/barang yang diperjualbelikan, syarat-syaratnya yaitu :

- a. Objek jual beli (baik berupa jualan atau harganya/uang) merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, karena barang yang secara dzatnya haram terlarang untuk diperjualbelikan.
- b. Objek jual beli merupakan hak milik penuh, seseorang bisa menjual barang yang bukan miliknya apabila mendapat izin dari pemilik barang. Sedangkan diperbolehkan melakukan transaksi terhadap barang yang bukan miliknya dengan syarat pemilik memberi izin atau ridha terhadap apa yang dilakukan, karena yang menjadi tolak ukur dalam perkara muamalah adalah ridha pemilik.
- c. Objek jual beli dapat diserahkan terimakan, sehingga tidak sah menjual sesuatu yang tidak jelas, seperti menjual burung yang terbang di udara, menjual kambing atau sejenisnya yang masih dalam kandungan, dan lain-lain. Transaksi yang mengandung objek jual beli seperti ini diharamkan karena mengandung *gharar* (spekulasi) dan menjual barang yang tidak dapat diserahkan.
- d. Objek jual beli dan harganya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari *gharar*.

- e. Selain itu, tidak diperkenankan seseorang menyembunyikan cacat/aib suatu barang ketika melakukan jual beli.⁶⁹

4. Manajemen dalam Islam

Manajemen dianggap sebagai ilmu sekaligus teknik (seni) kepemimpinan diawal perkembangan Islam. Kristalisasi pemikiran manajemen dalam Islam muncul setelah Allah menurunkan risalah-nya kepada Muhammad SAW, Nabi dan Rasul akhir zaman. Pemikiran manajemen dalam Islam bersumber dari Nash-Nash Al-qur'an dan petunjuk-petunjuk Al-Sunnah. Selain itu, ia juga berasaskan pada nilai-nilai kemanusiaan yang berkembang dalam masyarakat pada waktu tersebut.⁷⁰

Adapun prinsip dan karakteristik manajemen dalam islam, yaitu :

a. Prinsip manajemen Islam

Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur ke arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, perbuatan-perbuatan yang terjaga dengan baik dan cara mendapatkannya yang transparan merupakan awal perkataan yang dicintai Allah SWT.

⁶⁹Hendi suhendi, *fiqh muamalah*, (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cetakan 9, 2014), h. 67

⁷⁰Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Histori dan Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), h. 215

b. Karakteristik Manajemen dalam Islam

Dalam teori manajemen modern terdapat derajat yang berbeda dalam menjelaskan teori yang komperhensif dan sempurna. Di antara karakteristik yang membedakan teori manajemen dalam Islam dengan teori lain adalah fokus dan konsen terhadap segala variabel yang berpengaruh terhadap aktivitas manajemen dalam dan di luar organisasi (perusahaan, negara) dan hubungan perilaku individu terhadap faktor-faktor sosial yang berpengaruh. Teori Islam memberikan injeksi moral dalam manajemen, yakni mengatur bagaimana seharusnya individu berperilaku.

Manajemen Islam memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut :

- 1) Teori manajemen Islam merupakan teori yang konsen dan terkait dengan falsafah sosial masyarakat muslim dan berhubungan dengan akhlak atau nilai-nilai etika sosial yang dipegang teguh oleh masyarakat muslim.
- 2) Manajemen Islam konsen terhadap variabel ekonomi dan motif materi serta bekera untuk memenuhi kebutuhan psikologis individu.
- 3) Memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan dan spiritual serta memuliakan manusia untuk berpartisipasi dalam aktifitas

manajemen, memuliakan segala potensi intelektual, kompetensi dan dimensi spiritual.

- 4) Konsen terhadap sistem dan menentukan tanggung jawab dan wewenang, menghormati kekuasaan dan organisasi resmi serta menuntut ketaatan terhadap kebaikan.⁷¹



⁷¹ Muhammad Munir, *Op. Cit.*, h. 218

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah

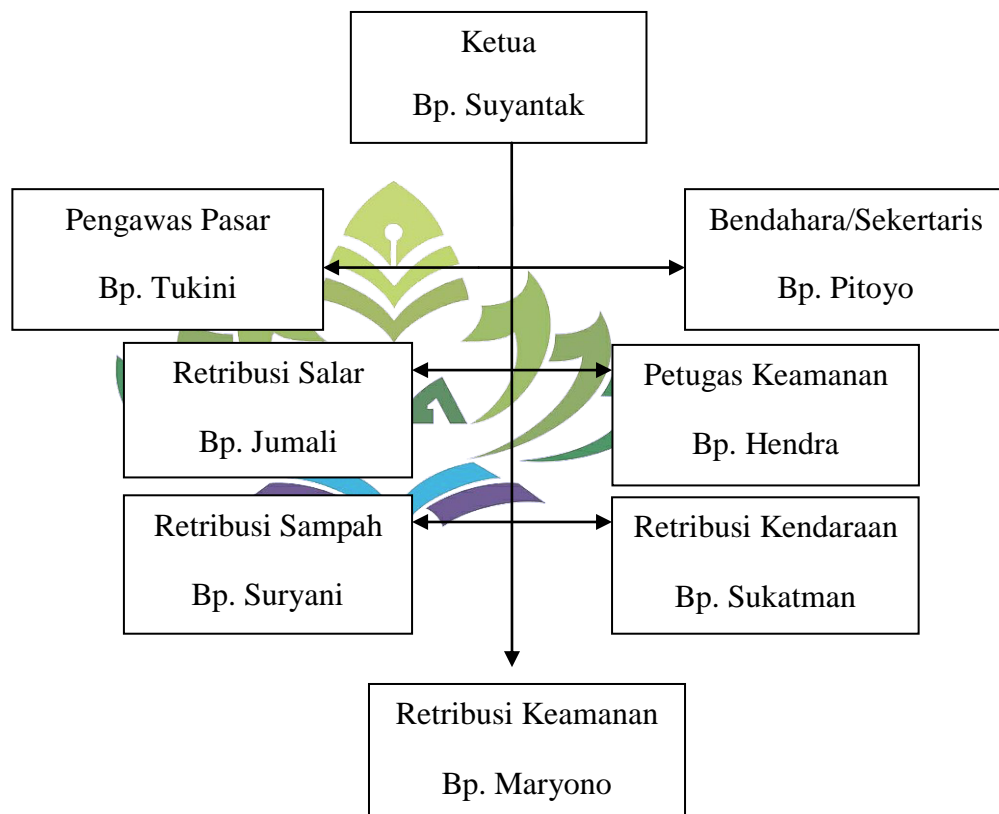
Pasar Simpang Agung merupakan tanah hibah dari pemerintah diberikan kepada pihak kedua (kepala kampung) tahun 1999 yang terletak di Dusun III RW. 05, RT. 02 dan mulai dibangun sebagai pasar desa pada tanggal 03 Februari 2003 dari biaya swadaya masyarakat dengan luas tanah 12.000 m², luas bangunan 1.056 m² yang terdiri dari jumlah kios 25 buah, los 7 buah, tempat terbuka 10.944 m². Batas-batas Pasar Simpang Agung, sebelah utara berbatasan dengan jalan raya, sedangkan sebelah timur, selatan dan barat berbatasan dengan jalan kampung. Dasar hukum tata kelola Pasar Simpang Agung terdapat pada Peraturan Kepala Kampung Simpang Agung Nomor : 05 Tahun 2008 tentang Peraturan Tata Laksana Pasar Simpang Agung Nomor 04 Tahun 2008 tentang Salar. Saat ini los berjumlah 303 buah dan masih kosong 40 buah. Penyewaan los dengan ketua dan sekertaris pasar yaitu Bapak Suyantak dan Bapak Pitoyo hingga saat ini pasar masih beroperasi dan semakin besar.

2. Struktur Kepengurusan Pasar Simpang Agung

Secara umum kepengurusan pasar Simpang Agung Desa Simpang Agung, Lampung Tengah adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1

Struktur kepengurusan pasar tradisional Simpang Agung



Sumber data sekunder : dokumentasi pengelola pasar

3. Sarana dan prasarana Pasar Simpang Agung

Tabel 3.2

Sarana dan prasarana Pasar Simpang Agung

No.	Sarana Dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Kantor Pengelola	1	Ada
2.	Kamar Mandi/WC Umum	2	Ada
3.	Air Bersih	1	Ada
4.	Penerangan Umum	-	Ada
5.	Lahan Parkir Motor/Mobil	-	Ada

Sumber data sekunder : data pasar Simpang Agung

Berdasarkan dari tabel diatas memperlihatkan bahwa Pasar Simpang Agung memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap, seperti adanya kantor pengelola, kamar mandi/WC umum, air bersih, penerangan umum, dan lahan parkir motor/mobil.

4. Jumlah Los yang Disewakan dan Harga Pertahun

Tabel 3.3

Jumlah Los yang Disewakan dan Harga Pertahun

No.	Los Yang Disewakan	Jumlah	Harga Sewa Pertahun
1.	Los Tertutup	51 buah	Rp. 3.000.000
2.	Los Terbuka Kain	72 buah	Rp. 450.000
3.	Los Ikan	30 buah	Rp. 500.000
4.	Los Bah/Klontong	51 buah	Rp. 500.000
5.	Los Sayuran	62 buah	Rp. 500.000
6.	Los Sate	5 buah	Rp. 2.000.000
7.	Los Terbuka Baru	32 buah	Rp. 750.000
Jumlah		303 buah	Rp. 7.700.000

Sumber data sekunder : data pasar Simpang Agung dan wawancara sekertaris pengurus Pasar Simpang Agung.

Berdasarkan dari tabel diatas dari total 303 buah los yang disewakan, terdapat 40 buah los yang kosong atau belum tersewakan yang terdiri dari los terbuka baru, los sate dan los ikan.

B. Sejarah Desa Simpang Agung, Lampung Tengah

Desa Simpang Agung adalah salah satu Kampung yang terletak di Kabupaten Lampung Tengah di Kecamatan Seputih Agung yang awal

mulanya adalah daerah tujuan transmigrasi dari pulau Jawa. Pembagian tempat (penempatan penduduk) di desa Simpang Agung di mulai pada tahun 1954 sekitar 250 kk. Dengan jumlah penduduk 700 jiwa. Yang pada saat itu desa Simpang Agung terdiri dari 2 Dusun, dan selanjutnya pada tahun 1957 terjadi pemekaran Dusun menjadi 4 Dusun.

Selanjutnya dengan pemekaran wilayah baik dari Kabupaten, Kecamatan bahkan sampai di Desa. Pusat perkantoran Kabupaten Lampung Tengah yang semula di Metro, setelah pemekaran berpindah di Gunung Sugih begitu juga Kecamatan yang semula masih wilayah pemerintahan Kecamatan Terbanggi Besar pada tahun 1998 menjadi Percam Simpang Agung, yang kemudian di definitifkan menjadi Kecamatan Seputih Agung , pada bulan Agustus 2001.

Desa Simpang Agung sudah mengalami roda pemerintahan dengan pergantian Kepala Kampung sebanyak 14 kali dipimpin oleh kepala kampung dan pada saat ini kampung Bumi Kencana masih terdiri dari empat (4) Dusun yaitu madiun, malang, kediri dan sidowayah.

C. Hasil Wawancara Tentang Manajemen Pasar

1. Wawancara dengan Kepala Desa

Berdasarkan wawancara dengan kepala desa Simpang Agung Bapak Pramono, ia mengatakan bahwa pasar Simpang Agung memiliki sarana dan prasara yang cukup baik, pasar juga memberikan sumbangsih bukan

untuk pembangunan desa melainkan untuk pembangunan kembali pasar, untuk kelembagaan, BPK, MPK, dan olahraga.

Manajemen pengelolaan diserahkan seluruhnya kepada kepala pasar, sedangkan Kepala desa hanya membentuk, mengawasi, dan menjalankan seperlunya. Sementara itu juga pernah diadakan rapat pertemuan antara aparatur desa dengan pengurus pasar mengenai manajemen pengelolaan pasar Simpang Agung, karena banyak pedagang yang complain dengan banyaknya pedagang baru yang berjualan dibahu jalan, rencananya aparatur desa akan memusyawarahkan hal tersebut dengan para pedagang, pengelola pasar, dan satpol PP.⁷²

2. Wawancara dengan Sekertaris Desa

Berdasarkan hasil wawancara dengan sekertaris desa Simpang Agung Bapak Ranu Wibowo, sejalan dengan yang dikatakan kepala desa, ia mengatakan bahwa semenjak didirikannya pasar Simpang Agung, pihak pasar memberikan sumbangsih tetapi bukan untuk pembangunan desa, melainkan untuk pembangunan pasar itu sendiri, seperti renovasi, pemasangan lampu, perbaikan jalan disekitar pasar, dan untuk kelembagaan-kelembagaan, serta olahraga. Manajemen pasar Simpang Agung juga seluruhnya berada ditangan pengelola pasar yang yang

⁷²Wawancara dengan Kepala Desa Simpang Agung, Bapak Pramono, Pada 8 Juni 2017.

bertanggung jawab dengan masalah-masalah yang terjadi dipasar, setelah itu baru dikoordinasikan dengan aparat desa.⁷³

3. Wawancara dengan kepala pasar

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak suyantak selaku kepala pasar ia mengatakan bahwa hal yang sama dengan apa yang disampaikan oleh kepala desa dengan sekertaris desa Simpang Agung, Lampung Tengah, ia mengatakan bahwa pasar Simpang Agung memiliki sarana prasara yang cukup baik, dan memberikan sumbangsih terhadap pembangunan pasar, serta kegiatan-kegiatan yang ada di desa Simpang Agung. Manajemen pengelolaan pasar simpang agung sudah cukup, meskipun ada complain dari para pedagang mengenai pedagang baru yang berjualan dibahu jalan, tetapi selaku pengelola pasar sudah menanganinya dengan sangat tegas dengan memberikan teguran tertulis.⁷⁴

4. Wawancara dengan para pedagang

a. Wawancara dengan Pedagang los tertutup

Berdasarkan hasil wawancara dengan para beberapa pedagang yang menyewa los tertutup, bahwasanya pernah diadakan koordinasi para pengelola pasar dengan para pedagang mengenai manajemen pengelolaan pasar Simpang Agung, terkait masalah pedagang baru

⁷³ Wawancara dengan Sekertaris Desa Simpang Agung, Bapak Ranu Wibowo, Pada 8 Juni 2017.

⁷⁴ Wawancara dengan Kepala Pasar Simpang Agung, Bapak Suyantak, Pada 10 Juni 2017.

yang berjualan dibahu jalan, sampai saat ini menurut pedagang belum ada pengaruhnya dengan adanya manajemen tersebut. Pedagang yang berjualan dibahu jalan juga mengurangi pendapatan mereka sekitar 10%, kebanyakan pedagang yang berjualan dibahu jalan menjual sayuran, ikan dan makan-makanan basah lainnya, sedangkan para penyewa los tertutup sebagian besar menjual pakaian dan sembako.

Pungutan yang harus dibayarkan kepada pengelola pasar per harinya sebesar Rp. 5000, kurang sesuai dengan fasilitas yang disediakan oleh pengelola, meskipun los tertutup menggunakan rolling door yang sangat memudahkan para pedagang, namun fasilitas lain sangat kurang memadai, seperti kamar mandi/WC umum yang tidak terawat dan juga rusaknya jalanan pasar Simpang Agung.⁷⁵

b. Wawancara dengan pedagang los terbuka (los sayuran dan los ikan)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang sayuran di los sayuran, sama halnya dengan yang disampaikan oleh para pedagang di los tertutup, bahwa pernah dilakukan koordinasi antara pengelola pasar dengan para pedagang, dan belum ada pengaruhnya untuk para pedagang, karena masalah terkait pedagang baru yang berjualan dibahu jalan hanya diberikan teguran oleh para pengelola, sehingga mereka meresahkan para penjual yang penyewa los di dalam pasar

⁷⁵Wawancara dengan Pedagang Penyewa Los Tertutup Bapak Buyung, dan Ibu Sri, Pada 11 Juni 2017

karena mereka sangat berpengaruh pada pendapatan yang didapat oleh para penyewa, yang biasanya perhari mereka mendapatkan Rp. 100.000, dengan adanya pedagang yang berjualan dibahu jalan pendapat mereka berkurang hingga 50% karena para pembeli cenderung enggan masuk kedalam pasar karena ada yang berjualan di luar-luar pasar dengan harga yang sama.

Para pedagang los sayuran dikenakan pungutan perhari sebesar Rp. 2000 dan menurut mereka dengan pungutan sebesar itu tetapi fasilitas yang diberikan sangat kurang memadai, seperti kamar mandi/WC umum yang tidak terawat, rusaknya jalanan di dalam pasar, dan atap yang bocor ketika hujan mengakibatkan kurang kondusifnya perdagangan di pasar Simpang Agung.⁷⁶

c. Wawancara dengan Pedagang yang berjualan dibahu jalan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang yang berjualan dibahu jalan, bahwa pernah dilakukan koordinasi antara pedagang dengan pengelola pasar mengenai manajemen pengelola pasar Simpang Agung, karena banyak complain terkait pedagang yang berjualan dibahu jalan ini, mereka ingin para pedagang agar mau menyewa los-los yang kosong agar tidak meresahkan para pedagang yang berjualan didalam pasar/ yang sudah menyewa los. Namun

⁷⁶Wawancara dengan Pedagang Penyewa Los Sayuran Ibu Marina, Ibu Rohayati Dan Bapak Anang, Pada 11 Juni 2017

mereka belum mempunyai niatan untuk menyewa los/kios didalam pasar agar lebih nyaman, dan perdagangan di pasar Simpang Agung menjadi lebih kondusif. Karena pungutan yang dibayarkan kepada pengelola pasar sama dengan pedagang los sayuran, yakni sebesar RP. 2000, berbeda dengan apa yang disampaikan oleh kepala pasar, pengelola pasar hanya memberikan teguran lisan bukan tertulis ataupun diatas materai, sehingga para pedagang masih kembali berjualan dibahu-bahu jalan.⁷⁷



⁷⁷Wawancara dengan Ibu Suminah Dan Ibu Yeyen Pedagang Yang Berjualan Dibahu Jalan, Pada 12 Juni 2017

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional di Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat pembelian dan toko modern.

Tujuan dari manajemen pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja dibidang perdagangan.
2. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
3. Memanfaatkan sumber daya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat.

4. Memberikan kesempatan kepada masyarakat atau badan dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah.
5. Mempertahankan, menjaga dan melestarikan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya.⁷⁸

Kemajuan sebuah organisasi atau lembaga bergantung pada pengelolaannya, baik dari pihak manajer maupun staf-staf kepegawaiannya. Sebuah organisasi yang baik tentunya memiliki kepengurusan keorganisasian yang mampu mengelola dan mengontrol laju perkembangan organisasi tersebut.

Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya bahwa pasar merupakan sebuah organisasi yang seharusnya di dalamnya terdapat kepengurusan pasar yang mampu mengelola dan mengurus perputaran aktivitas perdagangan serta menyediakan kebutuhan pedagang dan memberikan kenyamanan bagi konsumen atau pembeli.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah, secara kasat mata belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari penyediaan sarana dan prasarana untuk para pedagang serta belum mampu menciptakan suasana nyaman bagi para konsumen dan pembeli, misalnya WC

⁷⁸Siti Fatimah Nurhayati, *Loc. Cit*

umum yang tidak terawat, kondisi tempat berjualan yang belum memadai, seperti los, kios, dan pedagang yang berhamburan di tepi jalan.

Tidak rapinya pengelolaan Pasar Tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah, memang sangat jelas terlihat dari sisi infrastruktur penyedia tempat berjualan bagi pedagang, seperti pedagang yang menghamparkan barang dagangannya terutama pedagang sayuran, mereka berjualan ditepi jalan utama, padahal jalan tersebut terbilang padat pengguna karena juga merupakan lahan parkir Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah.

Di lihat dari prinsip-prinsip manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung, adalah sebagai berikut :

1. Prinsip efisiensi dan efektifitas

Efisiensi dan efektifitas merupakan bagian dari prinsip-prinsip manajemen. Titik tolak pelaksanaan manajemen dalam organisasi semaksimal mungkin memanfaatkan semua sumber, tenaga, dana dan fasilitas yang ada secara efisien. Fungsi-fungsi manajemen dioperasionalkan dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana yang seirama dengan keadaan dan kemampuan organisasi, artinya dengan menghemat biaya dan memperpendek waktu pelaksanaan kegiatan, tetapi memperoleh hasil yang optimal.

Agar prinsip efisiensi terlaksana, semua objek organisasi harus dikelola dengan baik sehingga penerapan prinsip efisiensi benar-benar relevan dengan tujuan yang hendak dicapai. Hubungan kerja yang fungsional dan berjalan dengan baik akan mempermudah pelaksanaan efisiensi yang menjadi prinsip manajemen. Dari hasil penelitian yang di dapat di Pasar Tradisional Simpang Agung prinsip efisiensi dan efektifitas belum berjalan dengan baik, karena pengelola belum mampu memanfaatkan fasilitas yang ada di Pasar Tradisional Simpang Agung sehingga tujuan yang diinginkan belum tercapai.

2. Prinsip pengelolaan

Prinsip pengelolaan didasarkan pada langkah-langkah manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengontrol. Dengan demikian target yang dituju dengan mudah dapat dicapai dengan baik.

Perencanaan yang dilakukan berpijak pada visi dan misi yang jelas sehingga program-program yang dijadwalkan dibuat secara sistematis dan mendahulukan skala prioritas sebagaimana mengatur dan menjadwalkan program jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek.

Proses Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Simpang Agung :

a. Tahap perencanaan Pasar Tradisional Simpang Agung

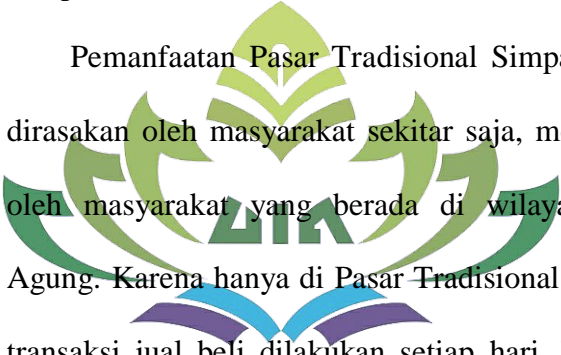
Pada tahap perencanaan pasar, Kepala Desa bersama pengelola Pasar tradisional Simpang Agung menyusun suatu perencanaan mengenai Pasar Tradisional Simpang Agung. Keduanya membahas mengenai perencanaan pasar yang meliputi fisik maupun perencanaan non fisik pasar. Perencanaan pasar yang dimaksud diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Menetapkan tarif retribusi yang dipungut dari para pedagang
- 2) Melaksanakan program penataan kembali terhadap bangunan pasar
- 3) Menyediakan sarana pendukung untuk pasar seperti berikut ini :
 - a) Areal parkir
 - b) Tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan sampah
 - c) Air bersih
 - d) Sanitasi/drainase
 - e) Tempat ibadah
 - f) Toilet umum
 - g) Pos keamanan
 - h) Area bongkar muat dagangan
 - i) Penataan kembali terhadap pedagang

b. Tahap pelaksanaan/pemanfaatan Pasar Tradisional Simpang Agung

Pelaksanaan/pemanfaatan terhadap Pasar Tradisional Simpang Agung terdiri atas beberapa macam yaitu sebagai berikut :

- 1) Sebagai tempat bagi masyarakat Desa Simpang Agung untuk menjual barang hasil usahanya seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan dan sebagainya
- 2) Sebagai tempat terjadinya proses transaksi jual beli antara penjual dan pembeli



Pemanfaatan Pasar Tradisional Simpang Agung tidak hanya dirasakan oleh masyarakat sekitar saja, melainkan juga dirasakan oleh masyarakat yang berada di wilayah Kecamatan Seputih Agung. Karena hanya di Pasar Tradisional Simpang Agung proses transaksi jual beli dilakukan setiap hari, kebanyakan pasar yang ada di wilayah kecamatan Seputih Agung hanya berlangsung setiap 1 kali seminggu atau biasa disebut balai dan berbeda-beda harinya di setiap desa.

c. Tahap pengawasan Pengelolaan Pasar Tradisional Simpang Agung

Pengelolaan terhadap Pasar Tradisional Simpang Agung dilaksanakan oleh Kantor Pengelolaan Pasar, kantor ini memiliki wewenang untuk menata para pedagang. Kantor Pengelolaan Pasar

bertanggungjawab terhadap penataan para pedagang agar dapat terlaksana dengan baik, dan pasar dapat berjalan dengan kondusif.

3. Prinsip kepemimpinan yang efektif

Prinsip pemimpin yang efektif harus memiliki kebijaksanaan dalam mengambil keputusan, tidak bertele-tele dan menghemat waktu, artinya tegas, lugas, tuntas dan berkualitas. Ia wajib mengembangkan hubungan baik dengan semua bawahannya, cerdas merealisasikan *human relationship*. Manajer yang baik adalah manajer yang tidak menyalahkan bawahan, tetapi mengingatkan dan menyarankan. Demikian juga bawahan yang baik tidak pernah menggugat kepada atasan, tetapi meluruskan dan menyadarkan sepanjang masih dalam konteks profesionalitas yang ada diatas aturan yang disepakati. Dari hasil penelitian yang didapat prinsip kepemimpinan belum berjalan dengan baik di pasar tradisional Simpang Agung, karena pemimpin pasar Simpang Agung belum menjalankan tugasnya secara tegas dalam mengatur para pedagang untuk menyew los atau kios yang masih kosong di dalam pasar.⁷⁹

Berdasarkan faktor-faktor manajemen pengelolaan diatas masih belum terealisasi di pasar tradisional Simpang Agung, inisiatif dari pihak pengelola pasar tentunya sangat diperlukan yaitu dengan mengatur atau mentata para pedagang untuk menyewa los atau kios yang masih kosong didalam pasar,

⁷⁹Malayu S.P Hasibuan, *Loc. Cit*

namun hal itu hanyalah keinginan para pedagang yang telah menyewa semata dan belum terealisasi.

Tentunya hal tersebut bukanlah masalah sepele yang bisa diabaikan, pasalnya dengan banyaknya pedagang yang berjualan ditepi jalan menjadikan suasana pasar yang sangat tidak kondusif. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang yang berjualan di dalam pasar Simpang Agung, seperti yang tertera dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Pendapatan Pedagang

No.	Jenis Los/Kios	Pendapatan Sebelum	Pendapatan Sesudah
1.	Los Tertutup	Rp 200.000/hari	Rp 150.000/hari
2.	Los Sayuran	Rp 100.000/hari	Rp 50.000/hari
3.	Los Ikan	Rp 150.000/hari	Rp 120.000/hari

Sumber data diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa pedagang, pada 13 juni 2017

Berdasarkan dari tabel diatas jumlah pedagang yang banyak berpengaruh dengan adanya pedagang yang berjualan dibahu jalan adalah para pedagang los tertutup/los sembako, los sayuran dan los ikan. Rata-rata para pedagang mengalami penurunan pendapatan sebesar 10-50% per harinya.

Untuk itu sudah sepantasnya pihak pengelola Pasar Tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah menyediakan tempat berjualan yang layak demi terciptanya suasana yang nyaman bagi pedagang dan pembeli, disisi lain juga mampu menciptakan suasana yang kondusif antar

pedagang agar semua proses dan prinsip-prinsip dalam manajemen pengelolaan dapat berjalan dengan baik. Jika hal tersebut telah terealisasi maka kondisi pasar akan terlihat rapi dan nyaman tidak seperti saat ini yang caruk-maruk serta terlihat semerawut.

B. Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam

Manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung dilihat berdasarkan pembahasan sebelumnya yang terjadi adalah kurang teratur, kurang rapi, dan kurang tertib baik dilihat dari segi penyediaan infrastruktur, maupun dari segi manajemen yang didapat dari hasil wawancara dengan pedagang. Padahal Islam menganjurkan segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur disegala bentuk bidangnya, proses-prosesnya harus dilakukan dengan baik, dan segala sesuatu tidak diperbolehkan dilakukan secara asal-asalan. Islam sebagai agama yang sempurna menuntut segala sesuatu dilakukan secara baik terlebih lagi masalah keuangan tentunya harus dilakukan secara transparan agar semua pihak mengetahui dengan sebenar-benarnya tanpa ada yang harus ditutup-tutupi.

Dalam ekonomi Islam pengelolaan Pasar yang baik harus memperhatikan dan mempertimbangan hal-hal sebagai berikut diantaranya, campur tangan pemerintah, jual beli yang sah, serta mekanisme pasar dalam pasar menurut

ekonomi Islam. Berikut ini pemaparan analisis mengenai pasar Tradisional Simpang Agung :

1. Campur Tangan Pemerintah

Dalam sebuah pasar harus ada andil pemerintah, karena pemerintah memiliki peran yang besar dalam pasar dimana pemerintah tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pengawas dan pengatur dalam pasar. Pasar tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah adalah salah satu pasar yang ada campur tangan pemerintah, dikatakan demikian karena pihak pemerintah desa memiliki andil mengawasi pasar tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah.

2. Jual beli dalam pasar tradisional Simpang Agung

Seseorang yang menggeluti praktek jual beli secara syar'i wajib memperhatikan syarat-syarat sah praktek jual beli agar dapat melaksanakannya sesuai dengan batasan-batasan syariat dan tidak terjerumus kedalam tindakan-tindakan yang diharamkan. Berikut beberapa syarat sah jual beli dalam pasar syariah agar tidak terjerumus kedalam praktek yang menyimpang.

Pertama, persyaratan yang berkaitan dengan pelaku praktek jual beli, baik penjual maupun pembeli, yaitu :

- b. Kedua belah pihak melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan sehingga dapat melakukan transaksi dengan benar.
- c. Kedua belah pihak berkompeten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang *mukallaf* dan *rasyid* (memiliki kemampuan dalam mengatur uang), sehingga tidak boleh bertransaksi yang dilakukan oleh anak kecil yang tidak cakap, orang gila atau orang yang dipaksa. Ini karena seseorang yang gila dan tidak cakap dalam bertransaksi tidak mampu untuk membedakan transaksi mana yang baik dan buruk bagi dirinya sehingga dirinya rentan dirugikan dalam transaksi yang dilakukan.

Kedua, yang berkaitan dengan objek/barang yang diperjualbelikan, syarat-syaratnya yaitu :

- a. Objek jual beli (baik berupa jualan atau harganya/uang) merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, karena barang yang secara dzatnya haram terlarang untuk diperjualbelikan.
- b. Objek jual beli merupakan hak milik penuh, seseorang bisa menjual barang yang bukan miliknya apabila mendapat izin dari pemilik barang. Sedangkan diperbolehkan melakukan transaksi terhadap barang yang bukan miliknya dengan syarat pemilik memberi izin atau ridha terhadap

apa yang dilakukan, karena yang menjadi tolak ukur dalam perkara muamalah adalah ridha pemilik.

- c. Objek jual beli dapat diserahkan terimakan, sehingga tidak sah menjual sesuatu yang tidak jelas, seperti menjual burung yang terbang di udara, menjual kambing atau sejenisnya yang masih dalam kandungan, dan lain-lain. Transaksi yang mengandung objek jual beli seperti ini diharamkan karena mengandung *gharar* (spekulasi) dan menjual barang yang tidak dapat diserahkan.
- d. Objek jual beli dan harganya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari *gharar*.

Selain itu, tidak diperkenankan seseorang menyembunyikan cacat/aib suatu barang ketika melakukan jual beli.⁸⁰

Jika pada sebuah pasar terjadi daya saing yang tidak sehat terlebih lagi terjadi praktek-praktek kecurangan seperti pedagang baru yang berjualan di bahu jalan. Terlebih lagi pengelola pasar tradisional Simpang Agung membiarkan saja tanpa ada penanganan yang tegas, pengelola pasar Simpang Agung bahkan juga meminta pungutan setiap harinya, tentu hal tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang yang berjualan di dalam pasar.

⁸⁰Hendi suhendi., *Op.cit.*, h. 67

Berdasarkan uraian tersebut masalah jual beli yang dilakukan di Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah secara umum belum berjalan dengan baik, dalam ekonomi Islam jual beli hendaknya harus bebas dari unsur-unsur penipuan, kecurangan dan ketidakadilan dalam bertransaksi. Pada kenyataannya apa yang terjadi di pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah jual beli belum terlepas dari unsur-unsur tersebut. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kecil, diantaranya adalah :

a. Kondisi dan kemampuan pedagang

Kemampuan pedagang dalam transaksi jual beli yaitu mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekaligus memperoleh pendapatan yang diinginkan.

b. Modal

Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

c. Kondisi organisasi usaha

Semakin besar suatu usaha akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan akan semakin besar dibandingkan dengan usaha yang lebih kecil.

d. Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan.

Pada hakikatnya selain faktor-faktor diatas sebagian pedagang yang membandel yang berjualan di bahu jalan berpengaruh terhadap pendapat yang di peroleh para pedagang yang berjualan di dalam pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah. Di lihat dari penanganannya, manajemen pengelolaan pasar Simpang Agung seharusnya mampu mengatur ataupun memberikan tindakan tegas terhadap masalah yang sedang terjadi saat ini.

3. Mekanisme pasar

Pandangan Ekonomi Islam mengenai pasar menganjurkan sekiranya seluruh pelaku pasar untuk bertindak secara adil, baik dalam bentuk persaingan maupun adil kepada diri sendiri. Salah satu upaya mempersiapkan diri yakni dengan berbenah dan mencari solusi agar mampu berekonomi dengan adil dan sesuai dengan aturan syariah.

Adapun prinsip-prinsip ekonomi Islam yang wajib di terapkan dalam pasar tradisional, antara lain :

- a. Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak. Dari hasil penelitian di pasar Simpang Agung, prinsip Ar-Ridha sudah berjalan dengan baik, tanpa adanya paksaan dikedua belah pihak.
- b. Persaingan yang sehat. Berdasarkan hasil penelitian yang di pasar Simpang Agung, adanya pedagang yang berjualan di bahu jalan tanpa menyewa los yang kosong didalam pasar, menyebabkan pendapatan pedagang yang berjualan los menjadi berkurang.
- c. Prinsip kejujuran, merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas. Dari hasil penelitian dipasar Simpang Agung, telah ditemukan adanya ketidakjujuran yang dilakukan pedagang kepada pembeli, contohnya buah yang sdah ditimbang dan di bungkus perkilo dicampur dengan buah yang sudah busuk atau jelek.
- d. Keterbukaan adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

Pada pasar tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah, yang sudah memiliki struktur manajemen pengelolaan saja masih sering terjadi masalah di dalamnya, dalam skripsi ini pokok masalah terdapat pada manajemen pengelolaan yang ada di pasar Simpang Agung, meskipun sudah ada manajemen yang mengaturnya, pasar tidak berjalan dengan baik, sarana dan prasarana yang kurang memadai serta banyaknya pedagang yang berjualan di bahu jalan menjadi masalah besar bagi para pedagang yang berjualan di dalam pasar atau yang menyewa los/kios, tentu hal ini sangat berdampak pada pendapatan para pedagang yang berkurang karena pembeli cenderung enggan masuk kedalam pasar yang kondisinya kurang baik dari segi infrastruktur. Pengelola pasar juga hanya memberikan teguran kepada pedagang yang membandel tanpa ada penanganan yang lebih lanjut untuk mengatasi masalah tersebut.

Dengan pengelolaan pasar yang buruk dan masih dimintanya pungutan dari para pedagang yang membandel, hal tersebut berarti pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung tidaklah menjalankan persaingan yang sehat. Padahal ekonomi Islam melarang praktek ekonomi dengan cara yang batil dan merugikan.

Pasar dalam prinsip Islam diwajibkan bertindak adil dan menggunakan persaingan yang sehat, alasan yang paling tepat adalah pasar memiliki peranan yang penting dalam ekonomi, karena untuk tujuan maslahatan

manusia dalam mendapatkan mata pencarian yang akan terwujud dengan adanya tukar menukar dalam kegiatan muamalah di pasar.

Akibat yang ditimbulkan yakni pendapatan para pedagang yang berkurang. Agar pendapatan pedagang lebih meningkat seharusnya pengelola lebih tegas dalam menindak lanjuti masalah-masalah yang terjadi dipasar agar tidak terjadi masalah yang berkepanjangan.

Masalah yang terjadi saat ini menuntut para pedagang membuka dagangannya dini hari demi memenuhi kebutuhan keluarganya. Penyebab hal tersebut terjadi salah satunya adalah manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung, yang prosesnya tidak dilakukan secara tegas, rapi, benar, teratur dan tertib dalam setiap pekerjaannya, serta adanya persaingan yang tidak sehat. Ekonomi Islam memandang manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung, belum sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang baik dan benar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengelola pasar tradisional Simpang Agung, Lampung Tengah, belum menunjukkan adanya manajemen pengelolaan yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari (1) sarana dan prasarana seperti atap yang bocor, WC umum yang tidak terawat, kondisi tempat berjualan yang kurang memadai untuk para pedagang (2) belum mampu menciptakan suasana nyaman bagi para konsumen dan pembeli. Daya saing Pasar Simpang Agung sering terjadi adanya praktek-praktek kecurangan seperti pedagang baru yang berjualan di bahu jalan, pengelola pasar tradisional membiarkan saja tanpa ada penanganan yang tegas, pengelola pasar hanya memberikan teguran-teguran tanpa sanksi yang berat. Hal tersebut tentu akan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang yang berjualan di dalam pasar.
2. Manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpang Agung, Lampung Tengah belum sesuai dengan perspektif ekonomi islam karena belum memiliki sifat dan prinsip-prinsip ekonomi Islam, antara lain prinsip kejujuran, persaingan yang sehat, dan keterbukaan. Apa yang dilakukan

oleh pihak pengelola pasar tradisional Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.

B. Saran-Saran

1. Untuk pengelola pasar Tradisional Simpang Agung

Diharapkan pengelola pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah lebih meningkatkan kinerjanya secara menyeluruh dalam segala aspek sehingga dapat mengantisipasi segala kecurangan-kecurangan dan ketidakadilan yang terjadi di pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah. Inisiatif dari pihak pengelola pasar tentunya sangat diperlukan yaitu dengan mengatur atau mentata para pedagang untuk menyewa los atau kios yang masih kosong didalam pasar.

2. Untuk pedagang pasar tradisional Simpang Agung

Diharapkan para pedagang khususnya pedagang yang berjualan dibahu jalan untuk saling menghormati, setidaknya mereka mau untuk menyewa los/kios yang kosong, sehingga masalah-masalah yang terjadi di pasar dapat berkurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, 2012, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, edisi ke- 4
- Ahmad Ibrahim Abu Sinn, 2006, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Histori dan Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Ain Rahmi, 2015, *Mekanisme Pasar Dalam Islam*, Pontianak: IAIN Pontianak
- Alimatul Farida, 2009, *Struktur Pasar Dalam Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Tengah Kecamatan Seputih Agung Tahun 2016
- Djam'an Santori dan Aan Komariah, 2009, *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta
- Eko Nugroho, 2002, *Dibalik Sejarah Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Fahri Hamzah, 2010, *Negara, Pasar Dan Rakyat*, Jakarta: Yayasan Faham Indonesia
- Gregory Mankiw, 2000, *Pengantar Ekonomi Jilid 2*, Jakarta, Erlangga
- George R. Terry, 2013, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- H. Moh. Pabundo Tika, 2006, *Metodelogi Riset Bisns*, Jakarta: Bumi Aksara
- Hadi Sutrisno, 2012, *Metode Research*, Yogyakarta: UGM
- Hendi suhendi, 2014, *fiqh muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cetakan 9
- Henry Faizal Noor, 2013, *Ekonomi Publik* (Padang: Akademi Permata

Husaini Usman, 2014, *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara

Husein Syahatah, 2001, *Pokok-pokok pikiran Akuntansi Islam*, Jakarta : Akbar Media Eka Sarana

Ika Yunia Fauzia, 2014, *Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana

Jhonatan Sarwono, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Joko Subagyo, 2006, *Metode Penelitian (dalam teori dan praktek)*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, cetakan kelima

Kasmir, 2006, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Lukman Hakim, 2012, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga

M. Arif Hakim, 2015, *Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, Stain Kudus, Penelitian Ilmiah Iqtishadia, Vol 8, No. 1
Malayu S.P Hasibuan, 2005, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT Toko Gunung

Much. Nashiruddin, 2012, *Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo*, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Muhammad Yusuf, 2016, *Analisis Pengaruh Pengelolaan Pasar Tradisional terhadap Pembangunan Daerah dalam Perspektif Ekonomi Islam*, IAIN Raden Intan Lampung

Muhammad Zunaidi, *Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional Pasca Relokasi Dan Pembangunan Pasar Modern*, IAIN Sunan Ampel Surabaya, Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 3, No.1, April 2013

Nahdliyyul Izza, 2011, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

Nur Faeni Ulyati, 2015, *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Semarang: UIN Walisongo

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

Peraturan tata laksana Pasar Simpang Agung Nomor 4 tahun 2008

Philip Kotler & A.B Susanto, 2000, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* Jakarta: Salemba Empat, buku 1.

Ruslan Abdul Ghofur Noor, 2013, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Satria, 2010, *Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*, Jakarta: Rineka Cipta

Siswanto, 2012, *Pengantar Akuntansi*, Jakarta: Pt Bumi Aksara

Siti Fatimah Nurhayati, 2014, *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 18, Nomor 1

Stephen, Mary Colter, 2010, *Manajemen*, Jakarta: Penerbit Erlangga

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV.Alpabeta

Sukarno Wibowo, 2013, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia

Suharsimi Arikunto, 2006, *Metodelogi penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara

Sukirno Sadono, 2013, *Mikro Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Edisi Ketiga

Sumar'in, 2013, *Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Victor M. Manek Kiik, 2006, *Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa Dan Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua*, Tesis, Universitas Diponegoro

Winardi, 2002, *Pengantar Ilmu Ekonomi*.Cetakan Ketujuh, Bandung

Yudi Suryadi, 2013, *Kebijakan Ekonomi: Fiskal & Moneter Masa Rasul*, Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah, Pasca Sarjana Ekonomi Syariah

Yusuf Pratama, 2016, *Penerapan Manajemen Resiko Penggunaan Ruko Terhadap Dampak Revitalisasi (Pembangunan) Pasar Tradisional Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, IAIN Raden Intan Lampung

Victor M. Manek Kiik, 2006, *Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa Dan Pasar Tradisional Fatubenao Kecamatan Kota Atambua*, Universitas Diponegoro, Tesis





LAMPIRAN TABEL

Tabel 1.1

Jumlah Los Yang Disewakan

No.	Los Yang Disewakan	Jumlah
1.	Los Tertutup	51 buah
2.	Los Terbuka Kain	72 buah
3.	Los Ikan	30 buah
4.	Los Buah/Klontong	51 buah
5.	Los Sayuran	62 buah
6.	Los Sate	5 buah
7.	Los Terbuka Baru	32 buah
Jumlah		303 buah

Tabel 3.2**Sarana dan prasarana Pasar Simpang Agung**

No.	Sarana Dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Kantor Pengelola	1	Ada
2.	Kamar Mandi/WC Umum	2	Ada
3.	Air Bersih	1	Ada
4.	Penerangan Umum	-	Ada
5.	Lahan Parkir Motor/Mobil	-	Ada

Tabel 3.3**Jumlah Los yang Disewakan dan Harga Pertahun**

No.	Los Yang Disewakan	Jumlah	Harga Sewa Pertahun
1.	Los Tertutup	51 buah	Rp. 3.000.000
2.	Los Terbuka Kain	72 buah	Rp. 450.000
3.	Los Ikan	30 buah	Rp. 500.000
4.	Los Bah/Klontong	51 buah	Rp. 500.000
5.	Los Sayuran	62 buah	Rp. 500.000
6.	Los Sate	5 buah	Rp. 2.000.000
7.	Los Terbuka Baru	32 buah	Rp. 750.000
Jumlah		303 buah	Rp. 7.700.000

Tabel 4.1

Pendapatan Pedagang

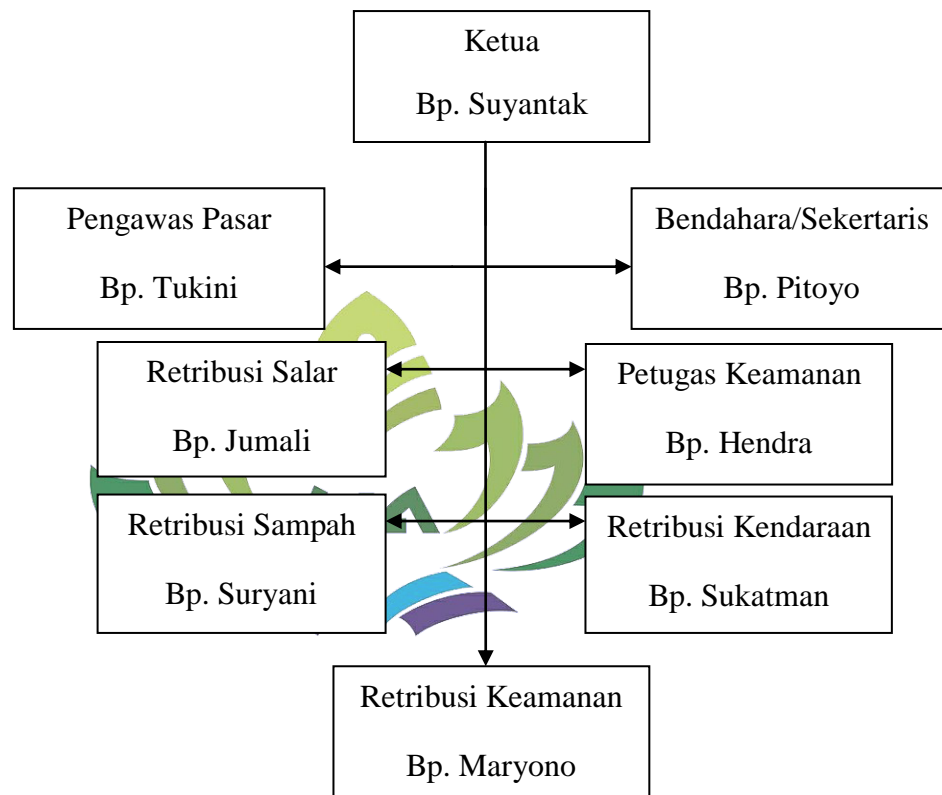
No.	Jenis Los/Kios	Pendapatan Sebelum	Pendapatan Sesudah
1.	Los Tertutup	Rp 200.000/hari	Rp 150.000 /hari
2.	Los Sayuran	Rp 100.000/hari	Rp 50.000 /hari
3.	Los Ikan	Rp 150.000/hari	Rp 120.000 /hari



LAMPIRAN GAMBAR

Gambar 3.1

Struktur Kepengurusan Pasar Tradisional Simpang Agung



Sumber data sekunder : dokumentasi pengelola pasar

Dokumentasi Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah

Pada Senin, 7 Agustus 2017



Kantor Pasar dan Kantor Keamanan



Los Buah atau Klontong Depan Jalan Raya



Lahan Parkir dan Los Tertutup





Tampak Depan Saat Akan Memasuki Pasar



Los Ikan dan Los Terbuka



Tempat Sampah dan Lahan Khusus Kambing



Los Sayuran dan Los Terbuka Baru



Los Terbuka Kain





Los Sayuran







Los Terbuka Baru Yang Masih Kosong



WC Umum

Panduan Wawancara

A. Wawancara dengan Kepala Desa

1. Bagaimana sarana dan prasarana pasar tradisional desa Simpang Agung Lampung Tengah?
2. Apakah pasar tradisional memberikan sumbangsih terhadap pembangunan desa Simpang Agung, kabupaten Lampung Tengah?
3. Bagaimana sistem manajemen pengelolaan pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
4. Apakah manajemen pengelolaan pasar Simpang Agung sudah berjalan dengan baik?
5. Apakah pernah dilakukan koordinasi antara pihak aparaturnya desa dengan pengurus pasar tradisional desa Simpang Agung?

B. Wawancara dengan Sekertaris Desa

1. Apakah pasar tradisional memberikan sumbangsih terhadap pembangunan desa Simpang Agung, kabupaten Lampung Tengah?
2. Bagaimana sistem manajemen pengelolaan pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
3. Apakah manajemen pengelolaan pasar Simpang Agung sudah berjalan dengan baik?
4. Apakah pernah dilakukan koordinasi antara pihak aparaturnya desa dengan pengurus pasar tradisional desa Simpang Agung?

5. Bagaimana hasil dari rapat pertemuan antara pihak aparaturnya desa dengan pengurus pasar tradisional desa Simpang Agung?

C. Wawancara dengan Kepala Pasar

1. Apakah pasar tradisional memberikan sumbangsih terhadap pembangunan desa Simpang Agung, kabupaten Lampung Tengah?
2. Bagaimana sarana dan prasarana pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
3. Bagaimana sistem manajemen pengelolaan pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
4. Apakah yang sudah dilakukan oleh pengelola pasar dalam menangani pedagang yang berjualan di bahu jalan?
5. Apakah pernah dilakukan koordinasi antara pihak aparaturnya desa dengan pengurus pasar tradisional, dan para pedagang desa Simpang Agung?

D. Wawancara dengan Para Pedagang

1. Wawancara dengan Pedagang los tertutup
 - a. Bagaimana sarana dan prasarana pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
 - b. Apakah pernah dilakukan koordinasi antara pengelola pasar dengan para pedagang dipasar Simpang Agung?
 - c. Apakah pengaruhnya bagi pedagang dengan adanya manajemen pengelolaan?

- d. Apakah pedagang yang berjualan dibahu jalan mengurangi pendapatn penyewa los tertutup?
- e. Bagaimana pengaruh pendapat per hari setelah banyak pedagang yang berjualan dibahu jalan?
- f. Berapakah pungutan yang harus dibayarkan kepada pihak pengelola pasar tradisional apabila dihitung per hari?
- g. Apakah harga sewa los sesuai dengan fasilitas yang disediakan oleh pengelola pasar?

2. Wawancara dengan Pedagang los terbuka (los sayuran dan los ikan)

- a. Bagaimana sarana dan prasarana pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
- b. Apakah pernah dilakukan koordinasi antara pengelola pasar dengan para pedagang dipasar Simpang Agung?
- c. Apakah pengaruhnya bagi pedagang dengan adanya manajemen pengelolaan?
- d. Apakah pedagang yang berjualan dibahu jalan mengurangi pendapatan penyewa los sayuran?
- e. Bagaimana pengaruh pendapat per hari setelah banyak pedagang yang berjualan dibahu jalan?
- f. Berapakah pungutan yang harus dibayarkan kepada pihak pengelola pasar tradisional apabila dihitung per hari?
- g. Apakah harga sewa los sesuai dengan fasilitas yang disediakan oleh pengelola pasar?

3. Pedagang yang berjualan dibahu jalan

- a. Bagaimana sarana dan prasarana pasar tradisional desa Simpang Agung, Lampung Tengah?
- b. Apakah pernah dilakukan koordinasi antara ketua pasar dengan para pedagang yang berjualan dibahu jalan di pasar Simpang Agung?
- c. Apakah pengaruhnya bagi pedagang dengan adanya manajemen pengelolaan?
- d. Apakah pedagang yang berjualan di los mengurangi pendapatan pedagang yang berjualan dibahu jalan?
- e. Berapakah pungutan yang harus dibayarkan kepada pihak pengelola pasar tradisional apabila dihitung per hari?
- f. Tindakan apa saja yang sudah dilakukan oleh pengelola pasar?
- g. Adakah keinginan untuk menyewa los didalam pasar?